

CHRISTIAN BUSSLER / ALEXANDER FONARI (HG.)

SOZIAL- UND UMWELTSTANDARDS BEI UNTERNEHMEN: CHANCEN UND GRENZEN



*eine welt
netzwerk bayern*



GERMANWATCH

REGIONALGRUPPE MÜNCHNER RAUM

Christian Bussler / Alexander Fonari (Hg.)

für

Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.
Fachhochschule München /
Fachbereich Allgemeinwissenschaften
Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum

Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen: Chancen und Grenzen

<http://www.eineweltnetzbayern.de>

<http://www.fhm.edu/fb13>

<http://www.germanwatch.org>

**Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen:
Chancen und Grenzen**

Christian Bussler und Alexander Fonari (Hg.)
für
Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.
Fachhochschule München / Fachbereich Allgemeinwissenschaften
Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum

München 2005

Umschlaggestaltung: Art:Büro Dietmar Putscher, Köln

Herstellung: Digitaldruck leibi.de, Neu-Ulm
Recyclingpapier aus 100% Altpapier

Inhaltsverzeichnis

<i>Christian Bussler und Alexander Fonari</i> Vorwort	7
--	---

Teil 1: Grundlagen

<i>Cornelia Heydenreich</i> (Germanwatch e.V.) Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen: Ein wirksames Instrument zur Unternehmensregulierung?	15
<i>Alexander Fonari</i> (Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.) Kein ‚Standard‘ sondern ‚Lernforum‘: Der Global Compact	29
<i>Christian Bussler</i> (Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum) Der EU-Konsultationsprozess zu Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen	43
<i>Elisabeth Strohscheidt</i> (Misereor) Die „Normen der Vereinten Nationen für die Verantwortlichkeiten transnationaler Konzerne und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte“	53
<i>Frank Werner</i> (akzente Kommunikationsberatung) Global Reporting Initiative - Berichterstattung in Zeiten der Globalisierung	67

Teil 2: Konkretionen

<i>Thomas Bugl</i> (Bay. Wirtschaftsministerium) Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen als wesentlicher Bestandteil nachhaltigen Wachstums	79
<i>Thomas Loew (IÖW) und Jens Clausen</i> Leitlinien und Standards der Berichterstattung.....	87
<i>Peter Ramm</i> (Siemens AG) Corporate Responsibility als Bestandteil der globalen Geschäfts- Strategie bei Siemens	99
<i>Lutz Cleemann</i> (Allianz Group) Unternehmensverantwortung in der Finanzdienstleistungswirtschaft am Beispiel ethisches Investment.....	107
<i>Klaus Milke</i> (Germanwatch e.V.) Das Ziel ist Zukunftstauglichkeit – Unternehmen und NGOs in Konflikt, Dialog und Kooperation über Limits, Standards und Freiwilligkeit	119
<i>Heinz Schulze</i> (Agenda-Büro Stadt München) Sozial-ethischer Einkauf von Kommunen: Sind Sozialstandards und Verhaltenkodizes dabei hilfreich?	131
<i>Guido Palazzo</i> (Universität Lausanne) Die Politisierung der Unternehmung und die Rolle der NGOs – Anmerkungen zur postnationalen Zukunft der Demokratie	143
Autorenverzeichnis	157

Vorwort

Unternehmen haben ihren Einflussbereich in den letzten Jahren weiter ausgedehnt. Durch Privatisierungen, Konzernbildung, Entwicklung der Kapitalmärkte, technologischen Fortschritt, Patente und die Globalisierung haben sie eine Bedeutung gewonnen, die diejenige von manchen Nationalstaaten übersteigt. Sie sind zur gleichen Zeit treibende Kräfte und Getriebene der Globalisierung. Die Gewinne auf Unternehmensseite sind ständig gestiegen, während in der Bevölkerung die Einkommens- und Vermögensunterschiede weiter wachsen. Viele Menschen können an den positiven Entwicklungen der Globalisierung nicht partizipieren: Weltweit verfügen heute wenige reiche Familien über mehr Vermögen als eine Milliarde Menschen pro Jahr an Einkommen erzielt. Mehr als zwei Milliarden Menschen haben noch nie telefoniert, haben keinen Zugang zu Elektrizität oder sauberem Wasser. Globalisierung führt nicht von sich aus zu einer sozial gerechten und ökologisch nachhaltigen Entwicklung. Ihre Bedingungen sind deshalb nicht als Naturereignis hinzunehmen. Eine globalisierte Welt ohne soziale Gerechtigkeit und ökologisches Gleichgewicht wird neue Konflikte verursachen. Weniger als je zuvor kann Gerechtigkeit aber durch nationales Handeln allein erreicht werden. Globalisierung bedarf vor allem der aktiven politischen Gestaltung auf internationaler Ebene.

Unternehmen, die Nationalstaaten zum Teil an ökonomischer Größe und Bedeutung überragen, unterliegen keiner direkten demokratischen Kontrolle. Ihre internationalen Aktionsmöglichkeiten erlauben ihnen, nationale Regulierungen zu unterlaufen, zum Beispiel durch die Verlagerung von Aktivitäten ins Ausland. Der regulierende Staat verliert mit dem Wegzug des Unternehmens Steuereinnahmen und Arbeitsplätze. Verzichten Staaten aus Sorge vor Geschäftsverlagerungen auf die Durchsetzung ökologischer oder sozialer Rahmenbedingungen, entsteht im internationalen Vergleich ein ‚race to the bottom‘: Große Freiheiten bedeuten für Unternehmen günstige Standortbedingungen. So kommt es – insbesondere in ärmeren Staaten – leicht zu Umwelt- und Sozialdumping. Die Auswirkungen werden

offensichtlich in der Abholzung des tropischen Regenwaldes oder in der massenhaften Verletzung von Arbeitnehmerrechten.

Auf dieses Phänomen gibt es mindestens zwei mögliche Reaktionen:

- 1) Die Entwicklung einer für alle Unternehmen verbindlichen internationalen Rahmenordnung.
- 2) Die freiwillige Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen.

Der erste Ansatz hat die Schwäche, dass er sich der Logik des Dumpings kaum entziehen kann - solange sich nicht alle Staaten an dieser Rahmenordnung beteiligen. Die nationale Souveränität von Staaten lässt sich allerdings schwer außer Kraft setzen und besonders ärmere Staaten sind auf ausländische Investitionen angewiesen. Schädigungen der Umwelt oder die Ausbeutung von Arbeitskräften auf dem heimischen Markt werden dafür in Kauf genommen.

Eine Bindung der Unternehmen durch ihre Heimatstaaten erweist sich ebenfalls als problematisch. Denn so erhalten Unternehmen aus Staaten, die diese Bindung nicht vorsehen, einen Wettbewerbsvorteil. Lediglich Initiativen von Staatengruppen, wie die in diesem Band vorgestellten OECD-Leitlinien, können hier ansatzweise eine Lösung bieten. Eine Geltung auf globaler Ebene beanspruchen beispielsweise die UN-Normen zur Verantwortung transnationaler Konzerne und anderer Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte.

Ebenso wie die Etablierung verbindlicher Regelungen auf staatlicher bzw. supranationaler Ebene stößt die freiwillige Übernahme von Verantwortung auf Probleme: Wenn sie für das jeweilige Unternehmen Kosten verursacht und keine Vorteile nach sich zieht, erleidet es zumindest kurzfristig einen Nachteil im Vergleich zu Wettbewerbern. Dieser Nachteil lässt sich nur in begrenztem Umfang hinnehmen. Allerdings wurde an einigen öffentlichkeitswirksamen Vorfällen deutlich, dass verantwortungsloses Verhalten einem Unternehmen schweren Schaden zufügen kann. Aufgrund veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen interessiert sich eine zunehmende Zahl von Menschen dafür, unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden. Konsumenten sind zum Teil bereit, für ‚fair‘ produzierte und gehandelte Waren einen höheren Preis zu zahlen. Nichtregierungsorganisationen machen in den Medien auf die Produktionsbedingungen bei multinatio-

nalen Konzernen aufmerksam und beziehen dabei auch die Zulieferunternehmen ein. Die schärfste Waffe der Nichtregierungsorganisationen gegenüber den großen Unternehmen ist dabei das ‚Reputationsrisiko‘ bzw. die Sorge der Firmen um ihre ‚Marke‘. Es liegt also auch im Interesse von Unternehmen, darauf zu achten, keine Verletzungen international anerkannter (wenn auch nicht zwangsläufig verbindlicher) Sozial- und Umweltstandards bekannt werden zu lassen.

Mit der Zeit setzt sich auch die Erkenntnis durch, dass ein positives Verhalten auf das Image und den Markenwert eines Unternehmens abfärben kann. Ratingagenturen beziehen Reputationsrisiken in ihre Bewertung ein. Immer mehr Unternehmen führen regelmäßig ‚Stakeholder-Dialoge‘ mit Nichtregierungsorganisationen und entdecken die Vorteile von Nachhaltigkeitskommunikation. Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit manifestiert sich zu meist in Nachhaltigkeitsberichten und anderen Hochglanzbroschüren. Eine Integration von Corporate Social Responsibility in das Kerngeschäft sucht man oftmals noch vergebens.

Noch 1970 hatte der Wirtschaftswissenschaftler Milton Friedman die soziale Verantwortung von Unternehmen einzig in der Maximierung der Gewinne gesehen. In der aktuellen Diskussion werden dagegen Begriffe wie ‚Corporate Social Responsibility‘ (CSR) oder ‚Corporate Citizenship‘ immer häufiger benutzt. Sie weisen Unternehmen Aufgaben zu, die über die Maximierung der Gewinne hinausgehen. Eine wachsende Zahl von Unternehmen bekennt sich zu dieser Verantwortung.

Egal welche der dargestellten Handlungsalternativen gewählt wird: Beide Entscheidungen erfordern mehr als nur guten Willen. Im ersten Fall ist eine komplexe Dilemmasituation zu überwinden, während der zweite Fall unternehmerische Entscheidungen erfordert, die kaum auf vorhandene Erfahrungswerte gestützt werden können. Um beide Probleme zu überwinden sind Transparenz und Wissensaustausch erforderlich. Hierzu dienen Kommunikations- und Lernforen, wie sie zum Beispiel auf der Ebene der Europäischen Union oder der Vereinten Nationen (‚Global Compact‘) etabliert wurden.

Die vorliegende Publikation stellt die existierenden Ansätze und Initiativen vor und möchte Forum einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Sozial- und Umweltstandards für Unternehmen sein. Die Kenntnis ihrer Chancen und Grenzen ist unerlässliche Voraussetzung dafür, die negativen Auswirkungen der Globalisierung und Liberalisierung in den

Griff zu bekommen. Sie erleichtert es den Unternehmen, den Interessen ihrer Stakeholder zu entsprechen und ihrer faktisch bereits vorhandenen Verantwortung nachzukommen. Wir verstehen die Publikation als einen Beitrag zur Gestaltung der Globalisierung im Sinne nachhaltiger Entwicklung. Dieses Ziel kann nur durch die Mitwirkung aller Akteure in Wirtschaft und Gesellschaft erreicht werden.

Basis dieser Veröffentlichung ist eine gemeinsame Tagung der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, des Eine Welt Netzwerks Bayern e.V., der Fachhochschule München / Fachbereich General Studies und der Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum am 12. November 2004 in München. Einige ausgewählte Beiträge dieser Tagung – zugleich ausgeschrieben als Internationaler Tag der Fachhochschule München – wurden ergänzt um einen Grundlagenteil, Praxisbeispiele und Perspektiven künftiger Entwicklungen.

Wir danken allen Autoren und Autorinnen, den Veranstaltern und Kooperationspartnern am 12. November 2004, Herrn Werner Karg von der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, Herrn Prof. Dr. Eckart Koch von der Fachhochschule München, dem Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. und der Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum für die Unterstützung dieses Projektes. Ein besonderer Dank gilt der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, über die Multiplikatoren mit Wohnsitz in Bayern diese Schrift beziehen können.

Christian Bussler
Alexander Fonari

München, im Juni 2005

TEIL I:

GRUNDLAGEN

Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen – Ein wirksames Instrument zur Unternehmensregulierung?

Cornelia Heydenreich

Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind ein Verhaltenskodex für weltweit verantwortliches Handeln von Unternehmen und stellen die bislang umfassendsten Empfehlungen von Regierungen an die Wirtschaft dar. Die OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) verabschiedete die Richtlinien erstmals im Jahre 1976 zu einer Zeit, als viele Entwicklungsländer verbindliche Regeln für transnationale Konzerne forderten. Nach den 1998 gescheiterten Verhandlungen über ein multilaterales Investitionsabkommen (MAI), die von intensiven zivilgesellschaftlichen Protesten begleitet waren, sah sich die OECD zu einer umfangreichen Überarbeitung und Ausweitung der Leitsätze veranlasst. Erstmals waren neben Unternehmensverbänden und Gewerkschaften auch NGOs an der Überarbeitung beteiligt.

Dieser Beitrag erläutert den Inhalt und das Umsetzungsverfahren der Leitsätze, diskutiert die Vor- und Nachteile des Instrumentes, informiert über die Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Leitsätze, berichtet über die Erfahrungen mit den OECD-Richtlinien in Deutschland vor und stellt Forderungen zur Verbesserung der Leitsätze auf.

1. Inhalt der Leitsätze

In zehn Kapiteln geben die Leitsätze Empfehlungen für verantwortliches Unternehmerverhalten bezüglich Transparenz, Arbeitsbeziehungen, Umwelt, Korruption, Verbraucherschutz, Technologietransfer, Wettbewerb und Steuern. Die Leitlinien beziehen sich ausdrücklich auf internationale Vereinbarungen wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen und betonen das Leitbild der Nachhaltigen Ent-

wicklung sowie das Vorsorgeprinzip. Die OECD-Leitsätze sind weltweit gültig und richten sich an alle transnationalen Konzerne, deren Hauptsitz in einem Unterzeichnerstaat liegt. Ebenso ist die Verantwortung für die Zulieferer berücksichtigt.

Neben den zehn inhaltlichen Kapiteln enthalten die Leitsätze ein Umsetzungsverfahren mit OECD-Ratsbeschluss und den verfahrenstechnischen Anleitungen zu den Leitsätzen. Sowohl zu den einzelnen Kapiteln als auch zu den Umsetzungsbestimmungen gibt es im dritten Teil der Leitsätze nähere Erläuterungen. Die OECD-Leitsätze sind Teil der Erklärung über internationale Investitionen und multinationale Unternehmen der OECD, die darüber hinaus Fragen zum Investitionsklima und zur Förderung von Auslandsinvestitionen behandelt.

Mit der Unterzeichnung der Leitsätze verpflichtet sich jede Regierung zur Einrichtung einer sogenannten Nationalen Kontaktstelle. Bislang wurden diese Richtlinien von den 30 OECD-Ländern unterschrieben und darüber hinaus von Argentinien, Brasilien, Chile, Estland, Israel, Lettland, Litauen und Slowenien sowie kürzlich von Rumänien.

2. Kontaktstelle und Beschwerdemechanismus

Die Aufgaben und die Zusammensetzung der Nationalen Kontaktstellen (NKS) sind im Umsetzungsverfahren zu den OECD-Leitsätzen festgeschrieben. Die Kontaktstellen sollen die Umsetzung der Leitsätze fördern und sind vor allem für die Information über die Leitsätze sowie für die Bearbeitung von Beschwerdefällen zuständig. Verstößt ein Konzern gegen die Leitsätze, kann bei der jeweiligen Kontaktstelle eine Beschwerde vorgebracht werden. Die NKS prüft das Anliegen und leitet bei Annahme der Beschwerde ein Vermittlungsverfahren ein. Falls dies scheitert, muss die Kontaktstelle offiziell bekannt geben, dass das Unternehmen gegen die Leitsätze verstoßen hat. Wenn erforderlich, muss die NKS Empfehlungen zur Anwendung der Leitsätze aussprechen. Weitere Sanktionsmechanismen als dieses ‚naming and shaming‘ gibt es jedoch nicht.

Die Kontaktstelle ist bei einer Regierungsinstanz anzusiedeln, in der Praxis ist meist eine Abteilung im Wirtschaftsministerium damit betraut. Die verfahrenstechnischen Anleitungen fordern die Integration aller interessierten Gruppen und ermöglichen bei der Zusammensetzung der Kontaktstelle, „Vertreter der Wirtschaft, der Arbeitnehmerorganisationen und anderer in-

interessierter Parteien in diese Organe einzubeziehen¹. In einigen Ländern sind die Kontaktstellen interministeriell organisiert, d.h. mehrere Ministerien entsenden Vertreter in die Kontaktstelle. Es gibt auch sogenannte tripartite Kontaktstellen unter Berücksichtigung von Wirtschaftsverbänden und Gewerkschaften oder quadripartite Kontaktstellen mit Beteiligung auch von NGOs. In manchen Ländern existieren in Ergänzung zu einer ministeriellen Kontaktstelle Arbeitskreise oder Konsultationsverfahren zur Beteiligung der verschiedenen Interessensgruppen. Während die genaue Ausgestaltung der Kontaktstelle den einzelnen Ländern überlassen ist, werden in den Erläuterungen zu den Leitsätzen vier Schlüsselkriterien für die Arbeit der Kontaktstelle gefordert: Sichtbarkeit, Zugänglichkeit, Transparenz und Rechenschaftspflicht. So soll auch bei unterschiedlicher Zusammensetzung der Kontaktstellen deren funktionelle Äquivalenz sichergestellt werden.

Jährlich muss die Kontaktstelle über ihre Arbeit an den Investitionsausschuss bei der OECD, das Investment Committee², berichten. Das Investment Committee setzt sich aus den Beauftragten für Investitionspolitik aus den OECD-Mitgliedsländern zusammen und kommt viermal jährlich in Paris zusammen. Neben Fragen zur Investitionspolitik werden strittige Punkte bezüglich der OECD-Leitsätze erörtert. Während der Juni-Sitzung findet das Jahrestreffen der Nationalen Kontaktstellen statt, um die Erfahrungen mit den OECD-Leitsätzen auszutauschen. Im Rahmen der Konsultationen während der Sitzungen des Investment Committee werden auch Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) beteiligt. Die Unternehmen sind durch den Business and Industry Advisory Council (BIAC) bei der OECD vertreten, Gewerkschaften haben sich zum TUAC, dem Trade Union Advisory Council, zusammengeschlossen. Um sich international besser auszutauschen und auf OECD-Ebene mehr Einfluss zu gewinnen, haben NGOs im März 2003 das internationale Netzwerk OECD-Watch³ gegründet. Neben dem Erfahrungsaustausch über Beschwerdefälle und der kritischen Nutzung der OECD-Leitsätze geht es OECD-Watch um die Einbringung von NGO-Positionen in die Debatte der OECD.

¹ *BMWi*, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, Verfahrenstechnische Anleitungen, S. 33.

² Seit 2004 ist das Investment Committee (IC) das neue zuständige Committee für die OECD-Leitsätze. Das IC entstand aus der Zusammenlegung des bisher zuständigen CIME (Committee on International Investment and Multinational Enterprises) mit dem CMIT (Committee on Capital Movements and Invisible Transactions).

³ Weitere Informationen unter www.oecdwatch.org.

3. Positive Aspekte und Defizite der OECD-Leitsätze

Im Vergleich zu anderen freiwilligen Instrumenten ist hervorzuheben, dass die OECD-Leitsätze recht umfassend sind und sich auf einige internationalen Abkommen beziehen. Die Leitsätze sind sektorübergreifend und wenden sich zudem an alle Firmen aus den Unterzeichnerstaaten, auch wenn sich die Firmen selbst nicht explizit zu den Leitsätzen bekannt haben. Die Verantwortung für die Zulieferbetriebe wird ebenso erfasst. Seit der Überarbeitung der Leitsätze im Jahr 2000 sind die Richtlinien nicht mehr territorial auf die Unterzeichnerstaaten begrenzt, sondern weltweit überall dort gültig, wo Unternehmen aus diesen Ländern tätig werden. Damit ist das Instrumentarium insbesondere für die Anwendung in Entwicklungsländern interessant.

Vor allem durch den Beschwerdemechanismus, der seit der Überarbeitung auch von NGOs genutzt werden kann, sind die Leitlinien für Gewerkschaften und NGOs bedeutsam. Im Verhältnis zu juristischen Instrumenten ist der OECD-Beschwerdemechanismus relativ einfach und ohne finanzielle Risiken oder umfangreiches juristisches Fachwissen anwendbar.

Durch die Verpflichtung der Regierungen zur Umsetzung der Leitsätze und Einrichtung von Kontaktstellen leisten die OECD-Leitsätze einen Beitrag für eine stärkere Einbeziehung der Staaten in die Unternehmensregulierung, einem in den vergangenen Jahren zunehmend privatisierten Rechtsbereich. Damit beruhen die Leitsätze im Vergleich zu firmeneigenen Kodizes nicht nur auf der einseitigen Selbstdarstellung der Unternehmen, sondern in Beschwerdefällen kann eine Regierungsinstanz eingeschaltet werden. Darüber hinaus ist es für diejenigen, die aus ihrem Unternehmen heraus über Missstände berichten, wichtig zu wissen, dass die OECD-Leitsätze einen Schutz für solche Informanten gewähren.

Nachteilig wirkt sich jedoch aus, dass die Leitsätze nicht rechtlich verbindlich, sondern für die Unternehmen freiwillig sind. Die schwachen Formulierungen erwecken zudem eher den Eindruck von Empfehlungen als von Anforderungen an die Unternehmen. Es ist auch als nachteilig zu bewerten, dass sich die OECD-Leitsätze nur auf Unternehmen aus den Unterzeichnerstaaten beziehen und somit eine ganze Reihe von international agierenden Unternehmen, z.B. aus vielen asiatischen Ländern, nicht erfassen. Außerdem sind im Rahmen der Leitsätze keine Sanktionen vorgesehen. Einziger durch die öffentliche Erklärung der Kontaktstelle über eine Nichteinigung kann es zu einem sogenannten ‚naming and shaming‘ kommen. Dies ist

zwar in Zeiten von Markennamen und verstärktem Imagemarketing nicht völlig unbedeutend, aber es setzt nur Konzerne unter Druck, die einen guten Namen und ein Image zu verlieren haben. Bei einem strittigen Verlauf des Beschwerdeverfahrens gibt es zudem keinen Revisionsmechanismus. Im Investment Committee werden nur grundsätzliche Fragen zu den Leitsätzen behandelt und keine Einzelfälle; weitere Strukturen gibt es nicht.

Zu bemängeln sind auch die häufig sehr vagen Formulierungen. Besonders deutlich wird dies am Abschnitt über die Verantwortung der Unternehmen in Bezug auf ihre Zulieferer: „Wo praktikabel“, sollen diese zur Einhaltung der Leitsätze „ermutigt“⁴ werden. Zudem enthalten die Leitsätze eine Reihe von Ausnahmeformulierungen, z.B. soll die Offenlegung von Informationen unter „Berücksichtigung von Kosten, Vertraulichkeitserfordernissen und sonstigen Wettbewerbserwägungen“⁵ erfolgen, womit eine wirksame Anwendung der Leitsätze ausgehebelt werden kann. Darüber hinaus gibt es einige Aspekte, die bislang nicht in den Leitsätzen berücksichtigt sind: So fehlt ein Paragraph, der die Zahlung von existenzsichernden Löhnen fordert oder Überstunden reguliert. Auch die Einflussnahme von Unternehmen auf politische Entscheidungsprozesse, die sich auf Nachhaltigkeit negativ auswirken, ist bislang nicht erfasst.

Viele Anforderungen sind zu allgemein formuliert, um für eine praktische Umsetzung durch die Firmen geeignet zu sein. Eine regelmäßige Überprüfung, ob Unternehmen die Leitsätze einhalten, ist ebenfalls nicht vorgesehen. Einzig durch das Vorbringen von Beschwerdefällen kann dies in Einzelfällen überprüft werden.

So sind die Leitsätze trotz ihrer Vorteile gegenüber vielen anderen Verhaltenskodizes weit davon entfernt, der ‚Gold Standard‘ für Unternehmensverantwortung zu sein. Der Nutzen der Leitsätze hängt entscheidend von ihrer wirksamen Umsetzung ab.

⁴ *BMWi*, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, Allgemeine Grundsätze, Paragraph 10, S. 19.

⁵ *BMWi*, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, III. Offenlegung von Informationen, Seite 19.

4. Erfahrungen mit der Umsetzung der Leitsätze

Wenn ein Instrument einen Einfluss auf Unternehmensverhalten haben soll, dann muss es bekannt sein und angewendet werden. Eine Weltbankumfrage von 2003 verdeutlichte, dass die Leitsätze im Vergleich zu anderen Instrumenten relativ wenig genutzt werden - sie erhielten mit 22% die niedrigste Nennung.⁶ Zudem entsteht immer wieder der Eindruck, dass Regierungen (nicht zuletzt in Deutschland) den Global Compact viel stärker bekannt machen, obwohl sie durch den OECD-Ratsbeschluss von 2000 zur Verbreitung der OECD-Leitsätze verpflichtet sind.⁷ Vielfach erfahren Unternehmen erst von der Existenz der OECD-Leitsätze, wenn gegen sie eine Beschwerde vorgebracht wurde.

Der Beschwerdemechanismus ist immer noch der meistgenutzte und interessanteste Weg, die OECD-Leitsätze anzuwenden. Weltweit gab es seit der Überarbeitung der Leitsätze bislang mehr als 80 Beschwerdefälle, die von Gewerkschaften und NGOs vorgebracht wurden. Dies erscheint nicht viel, wenn man die zahlreichen Berichte über unternehmerisches Fehlverhalten bedenkt. Aus der Anzahl der Beschwerdefälle ist jedoch nicht zu schließen, dass alles andere Agieren der transnationalen Konzerne ohne Tadel wäre, wie die Unternehmensverbände gern interpretieren. Vielmehr finden sich mitunter wirksamere Mechanismen als der OECD-Beschwerdeprozess, wie innerbetriebliche Lösungswege oder Öffentlichkeitskampagnen. Darüber hinaus möchten manche NGOs bewusst das freiwillige Instrument der OECD-Leitsätze nicht durch eine Nutzung legitimieren und kämpfen stattdessen für international verbindliche Regeln. Andere NGOs nutzen die Leitsätze in einzelnen Fällen, solange noch keine weitergehenden verbindlichen Instrumente zu Verfügung stehen; sie wollen damit gleichzeitig die Wirksamkeit dieses Ansatzes testen. Gewerkschaften haben erwartungsgemäß vor allem Konflikte in Arbeitsbeziehungen thematisiert, inzwischen mehrheitlich Arbeitsrechtsverletzungen in Nicht-OECD-Staaten. Die NGO-Beschwerden betreffen zumeist Menschenrechtsverletzungen, Gewerkschaftsthemen und Umweltvergehen von Unternehmen in Entwicklungsländern und beziehen sich häufig auf Zulieferbeziehungen. Einige Fälle wurden inzwischen abgeschlossen und erste Erfahrungen mit der Anwendung der Leitsätze können berichtet werden.

⁶ *The World Bank Group: Race to the Top: Attracting and Enabling Global Sustainable Business. Business Survey Report. Project undertaken by Political and Economic Link Consulting and Ethical Corporation Magazine, October 2003.*

⁷ *BMWi, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, OECD-Ratsbeschluss Juni 2000, S. 29.*

Oft sind die Verfahren viel zu langwierig und es kann Monate dauern bis entschieden wird, ob ein Fall überhaupt angenommen wird. Während manche Fälle schnell abgeschlossen werden, ziehen sich andere über Jahre hin oder es passiert so gut wie gar nichts, wie z.B. in der US-amerikanischen Kontaktstelle. Zudem ist nicht selten auch den Beschwerdeführern intransparent, wie das Verfahren läuft und in welchem Stadium sich ihr Fall befindet. Dies wird von den Kontaktstellen unter anderem mit Vertraulichkeitserfordernissen begründet, die vor allem von den Unternehmensverbänden stark eingefordert werden. Während NGOs akzeptieren können, dass Informationen aus den Vermittlungsgesprächen als vertraulich einzustufen sind, sollte sowohl die Information über eine neu eingereichte Beschwerde als auch die abschließende Erklärung öffentlich gemacht werden. Dieser Punkt führte bereits mehrfach zu Diskussionen, u.a. über die Frage, ob parallel zur Einreichung einer Beschwerde eine Presseerklärung veröffentlicht werden darf. Auch weiterhin besteht Diskussionsbedarf, inwiefern „es im Interesse einer wirksamen Umsetzung der Leitsätze nicht ratsamer erscheint, die Vertraulichkeit zu wahren“⁴⁸. Insbesondere sind NGOs besorgt, wenn ihnen alle weiteren Aktivitäten und Statements zu einem Fall untersagt werden sollen – vor allem wenn Verfahren über Jahre andauern und im Rahmen des OECD-Prozesses nichts passiert.

Immer wieder wird die Reichweite der Leitsätze diskutiert. NGOs beschäftigt dabei vor allem die Frage, wie weit die Verantwortung für die Zulieferer reicht und inwiefern auch Handels- und Einkaufsbeziehungen sowie Dienstleistungen bei den Leitsätzen zu berücksichtigen sind. All dies ist strittig: Einige Kontaktstellen sowie die Wirtschaftsverbände betonen, dass die OECD-Leitsätze Teil einer Investitionsvereinbarung sind und sich deshalb nur auf Investitionen beziehen würde, dagegen gehörten z.B. Handelsbeziehungen nicht dazu. Nach einer Erklärung des Investment Committee aus dem Jahr 2003⁹ soll jetzt von ‚Fall zu Fall‘ über die Zulässigkeit entschieden werden. Dabei soll ein sogenannter ‚investment nexus‘, ein Investitionsbezug, berücksichtigt werden, der jedoch nicht genauer definiert ist. NGOs und auch Gewerkschaften kritisieren dies als eine Einschränkung der OECD-Leitsätze, insbesondere weil Kontaktstellen einige Fälle wegen eines angeblich fehlenden ‚investment nexus‘ abgelehnt

⁸ *BMWi*, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, Verfahrenstechnische Anleitungen, S. 34.

⁹ *OECD*, 2003 Annual Report on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2003, S. 12.

haben.¹⁰ NGOs fordern deshalb u.a. von der deutschen Kontaktstelle eine breitere Auslegung der OECD-Leitsätze. Andernfalls sind die Leitsätze für viele aktuelle Probleme der globalisierten und von Outsourcing bestimmten Wirtschaft nicht wirksam und ein neues Instrument für Handels- und Zulieferbeziehungen müsste geschaffen werden.

Ein weiteres wichtiges Problemfeld stellen parallele juristische Verfahren dar. Insbesondere bei Arbeitsrechtsbeschwerden gibt es häufig zur OECD-Beschwerde einen langjährigen Gerichtsprozess auf nationaler Ebene, der vor allem bei Vorkommissen außerhalb der OECD-Mitgliedsstaaten zu Problemen führt. Einige Kontaktstellen sind deshalb der Ansicht, dass sie auf eine Entscheidung des Gerichtsprozesses warten müssen und die Fälle nicht behandeln können. Andere, wie z.B. die deutsche Kontaktstelle, sehen dagegen den Vermittlungsprozess über die OECD-Leitsätze als einen hilfreichen Ausweg aus langjährigen und verhakten juristischen Prozessen.

NGOs fordern von den Kontaktstellen zudem mehr eigenes Engagement, wenn die Informationen zu einem konkreten Fall nicht ausreichen. Positive Ausnahme ist die französische Kontaktstelle, die bei Beschwerden zum Agieren von Firmen in Burma selbst forschend tätig geworden ist, oder die schwedische NKS, die in einer Beschwerdeangelegenheit nach Ghana reiste. Bislang sträubten sich viele Kontaktstellen, v.a. im Rahmen der Vorkommissen im Kongo, zu den in einem UN-Bericht von 2002 aufgeführten Firmen selbst Nachforschungen anzustellen.¹¹

Wenn ein Fall zu keiner einvernehmlichen Lösung führt, dann muss die Kontaktstelle gemäß den verfahrenstechnischen Anleitungen eine Erklärung veröffentlichen und Empfehlungen zur Einhaltung der Leitsätze aussprechen. Auch die Ergebnisse eines positiv verlaufenen Verfahrens sollen der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden. In der Praxis werden insgesamt längst nicht zu allen Fällen öffentliche Erklärungen abgegeben. Die Kontaktstellen sind dabei viel eher bereit, einen positiven Abschluss bekannt zu machen. Die Beschwerdeführer sahen sich mitunter veranlasst, eine eigene Stellungnahme zum Verfahren abzugeben.¹² Die Kontaktstellen sind bislang jedoch sehr zurückhaltend damit, Verstöße der Leitsätze zu benennen und Empfehlungen zu ihrer Anwendung auszusprechen. Als

¹⁰ [Http://www.oecdwatch.org/docs/OW%20Supply%20Chain%20Discussion%20paper.pdf](http://www.oecdwatch.org/docs/OW%20Supply%20Chain%20Discussion%20paper.pdf).

¹¹ Einige Kontaktstellen haben zudem mehrere der von NGOs eingereichten Fälle zum Kongo mit dem Argument des angeblich fehlenden ‚investment nexus‘ abgelehnt.

¹² Als Beispiel siehe das Statement niederländischer NGOs zu einem Fall über Coltan-Handel aus dem Kongo: www.oecdwatch.org/416.htm.

positive Ausnahme ist die französische Kontaktstelle zu nennen, die jedoch vor allem das Verhalten ausländischer Unternehmen in Frankreich kritisierte. Eine Reihe von Kontaktstellen versteht die Arbeit mit den Leitsätzen auf die Zukunft bezogen und will das Verhalten der Unternehmen für zukünftiges Handeln positiv beeinflussen. Diese Kontaktstellen sehen ihre Rolle nicht darin, Unternehmen für vergangene Vergehen zu verurteilen; die Beschwerdeführer sind jedoch konkret an der Lösung ihres aktuellen Problems interessiert.

Es ist es nicht immer leicht abzuschätzen, welchen Beitrag die Leitsätze zur Lösung eines Konfliktes geleistet haben. Oft laufen mehrere Bemühungen gleichzeitig, wie in einem Fall in Guatemala, in den eine südkoreanische Textilfirma verwickelt war. Hier reagierte die koreanische Kontaktstelle nur sehr schwerfällig, ausschlaggebend für die Einigung über die Gewerkschaftsfrage war die Androhung der guatemaltekischen Regierung, dem Unternehmen andernfalls die Exportlizenz zu entziehen. Mitunter reicht es sogar aus, nur mit dem Vorbringen einer Beschwerde zu drohen, um das Unternehmen zum Einlenken zu bewegen. In anderen Fällen kann die Existenz der Beschwerde auch für Pressearbeit oder die Ansprache von Parlamentariern genutzt werden, falls das Verfahren über die Kontaktstelle allein nicht zu einer Lösung führt. Dass sich vor Ort aber wirklich etwas verändert, ist nicht immer gewährleistet. Denn NGOs erwarten mehr als nur ein Bekenntnis in der Abschlusserklärung, dass ein Unternehmen jetzt die Leitsätze kennt und sich in Zukunft daran halten wird. Für die Betroffenen sind Verbesserungen ihres konkreten Problems erforderlich. Zudem müssen die in einem erfolgreichen Vermittlungsverfahren zugesagten Schritte auch umgesetzt werden, ein Monitoring ist dafür bislang nicht vorgesehen.

NGOs und Gewerkschaften sammeln seit einigen Jahren Erfahrungen mit der Umsetzung der Leitsätze und haben dazu auch Listen über die vorgebrachten Fälle erstellt. Seit 2004 führt die OECD - nach langem Drängen von TUAC und NGOs - ebenfalls eine Liste, die derzeit jedoch mit gut 40 Fällen nur ungefähr die Hälfte der existierenden Beschwerden enthält.¹³ Dagegen sind die Informationen von NGOs und TUAC viel ausführlicher. Die Kontaktstellen müssen hier noch transparenter werden und konsistentere Informationen bereitstellen.

¹³ OECD, 2004 Annual Report on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2004, S. 49ff.

Vielfach hängt also die Umsetzung der Leitsätze und die Bearbeitung von Beschwerdefällen erheblich vom Engagement der einzelnen Kontaktstellen ab. So kann die Ansiedlung der Kontaktstelle im Referat für Auslandsinvestitionen, insbesondere auch in Ländern des Südens, zu Interessenkonflikten und zur Blockierung von Beschwerden führen, wenn die Regierungsabteilung einerseits ausländische Investoren anlocken soll, andererseits dieselben Unternehmen aber in Beschwerdefälle verwickelt sind. Trotz der Forderung nach funktioneller Äquivalenz gibt es bislang große Unterschiede bezüglich Autorität, Unabhängigkeit, Finanzierung und Qualität der Arbeit der Kontaktstellen. Um hier Verbesserungen zu bewirken, haben NGOs kürzlich die Einführung eines Peer Review-Prozesses¹⁴ gefordert. Dieser bereits in anderen OECD-Bereichen wie z.B. der Antikorruptionskonvention erfolgreich praktizierte Mechanismus bedeutet eine gegenseitige Bewertung und Kontrolle der einzelnen Kontaktstellen und übt somit Druck aus hinsichtlich einer besseren Umsetzung der Leitsätze.

5. Umsetzung in Deutschland¹⁵

In Deutschland ist die Kontaktstelle im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) in der Unterabteilung für Auslandsinvestitionen angesiedelt. Ergänzend zur Kontaktstelle gibt es seit 2002 einen Arbeitskreis OECD-Leitsätze, den das BMWA ca. zweimal pro Jahr einberuft. Das Gremium setzt sich aus Vertretern verschiedener Ministerien (neben BMWA auch das Auswärtige Amt und das Entwicklungs-, Umwelt- Justiz- und Finanzministerium), den Wirtschaftsverbänden, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen zusammen. Die gleichberechtigte Beteiligung von NGOs ist nach anfänglich heftigen Diskussionen inzwischen (leider nicht verbriefte) Praxis. Der Arbeitskreis behandelt die vorliegenden

¹⁴ Diese Forderung wurde auf der internationalen OECD-Watch-Konferenz "Putting the OECD Guidelines for MNEs into practice. The Guidelines as an instrument for implementing CSR" am 01.04.05 erhoben, Konferenzdokumentation siehe <http://www.oecdwatch.org/436.htm>.

¹⁵ Ausführlicher zur Arbeit der deutschen Kontaktstelle, des Arbeitskreises OECD-Leitsätze und zu den in Deutschland vorgebrachten Fällen: *Heydenreich*: Die Umsetzung der OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen in Deutschland. Erschienen in: Forum Menschenrechte und VENRO, Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit. NRO-Standortbestimmung nach 5 Jahren Diskussion an „Runden Tischen“. Dokumentation des Workshops vom 7. Dezember 2004 in Bonn, 2005, S. 21-26.

Beschwerdefälle und diskutiert Fragen zu den Leitsätzen. Jedoch ist der Einfluss auf das Agieren der Kontaktstelle sehr begrenzt bzw. hat das Gremium gegenüber der Kontaktstelle keine Weisungsbefugnis oder irgendeine Art von Anhörungsverpflichtung.

Bislang wurden in der deutschen Kontaktstelle acht Beschwerden gegen multinationale Konzerne vorgebracht: Gegen BP, TotalFinaElf, Adidas, die WestLB, die Continental AG und die Bayer AG sowie gegen die im UN-Panel-Bericht zum Kongo aufgeführten deutschen Firmen H.C. Starck und Karl-Heinz Albers. Sieben dieser Beschwerden wurden von NGOs wie Greenpeace, Germanwatch oder der Kampagne für saubere Kleidung eingereicht, einen Fall hat der DGB vorgebracht und zum Kongo liegt erstmals Beschwerde von einer Firma vor. Drei dieser Fälle beziehen sich auf Umweltfragen, insbesondere geht es um Erdölförderung und den Öltransport in Russland, von Georgien in die Türkei oder durch Ecuador. Bei den gegen Continental, Adidas und Bayer vorgebrachten Beschwerden handelt es sich um Arbeitsrechtsverletzungen, vor allem um Gewerkschaftskonflikte und Kinderarbeit. Im Zusammenhang mit den Konflikten im Kongo werden Menschenrechtsverletzungen und die Verstrickung der Firmen in den Bürgerkrieg angeklagt.

Ein Fall ist in Deutschland bislang abgeschlossen worden: die Beschwerde der Kampagne für saubere Kleidung gegen Adidas. Die Kontaktstelle hat zu diesem Fall eine Abschlusserklärung veröffentlicht. Darin konnte jedoch nicht die Lösung des Falles bekannt gegeben werden sondern nur die Tatsache, dass sich beide Seiten nicht auf eine gemeinsame Darstellung der Fakten einigen konnten. Eine Verurteilung des Unternehmens gab es ebenso wenig wie eine Recherche des Falles seitens der NKS. Die Beschwerdeführer haben das Verfahren in einem eigenen Statement bewertet und unter anderem kritisiert, dass die Leitsätze keine Möglichkeit für ein Revisionsverfahren, z.B. über einen parlamentarischen Ombudsmann, bieten.¹⁶

Die von Germanwatch gegen Continental eingereichte Beschwerde wurde zur Behandlung nach Mexiko weitergeleitet. Der Fall ereignete sich in Mexiko und nach den verfahrenstechnischen Anleitungen war somit die mexikanische Kontaktstelle zuständig. Die deutsche NKS leistete zwar unterstützende Amtshilfe, aber in Mexiko gab es kaum Aktivitäten und

¹⁶ Vollständiges Statement unter www.suedwind-institut.de/3-020-27.htm.

keine Vermittlungsbemühungen in dem Fall. Inzwischen kam es außerhalb des OECD-Verfahrens zu einer erfolgreichen Lösung des Problems.

Strittig waren in Deutschland insbesondere Diskussionen zur Reichweite der Leitsätze in Bezug auf Zulieferer, Handelsbeziehungen und Kredite. Diese führten dazu, dass die Kontaktstelle zwei von Greenpeace eingereichte Fälle gegen TotalFinaElf und gegen die WestLB wegen eines angeblich fehlenden ‚investment nexus‘ ablehnte. Hier besteht keine Einheitlichkeit zwischen den Kontaktstellen, denn die niederländische Kontaktstelle erforderte kürzere Handelsvertragslaufzeiten für eine mögliche Akzeptanz eines Falles und die belgische Kontaktstelle nahm Beschwerden gegen Kredite von Banken ohne eine Prüfung des ‚investment nexus‘ an.

Weiterhin wurde in Deutschland immer wieder die Vertraulichkeit der Fälle diskutiert. Sowohl die Pressearbeit bei der Einreichung von Beschwerden war Anstoß für diese Debatte als auch parallele Aktivitäten, wenn sich ein Fall (wie im Beispiel Mexiko) verzögerte und weiterer Druck auf das Unternehmen erforderlich war. Zudem haben NGOs wiederholt die geringe Bekanntheit der Leitsätze und die intensive Werbung für den Global Compact kritisiert. Proaktivere Kontaktstellen wie die Australische NKS stellen ein positives Vorbild dar: mit einer ausführlichen Webseite wird für die Leitsätze geworben und die eigene Arbeit wird transparenter dargestellt, indem der Jahresbericht auf der Webseite erscheint.

6. Leitsätze weiterentwickeln und verbindlicher machen

Neben einer stärkeren Bekanntmachung und Durchsetzung der Leitsätze fordern NGOs auch deren Weiterentwicklung. Ein Ansatzpunkt ist die inhaltliche Ausweitung der Leitsätze, z.B. durch die Einbeziehung bisher fehlender Aspekte wie existenzsichernder Löhne, die Lobbyarbeit von Unternehmen und das Verhalten in Konfliktgebieten.

Um dagegen die Leitsätze in ihrer derzeitigen Form wirksamer zu gestalten, muss der schwache Sanktionsmechanismus gestärkt werden. NGOs und Gewerkschaften fordern deshalb eine stärkere Kopplung der Leitsätze an Instrumente zum Beispiel der Außenwirtschaftsförderung. Wie dies aussehen kann, zeigen die Niederlande, die bei der Vergabe von Exportkrediten und Investitions Garantien von ihren Unternehmen erwarten, sich schrift-

lich zur bestmöglichen Umsetzung der Leitsätze zu verpflichten.¹⁷ Deutschland empfiehlt bislang nur bei Investitionsгарантиen die Einhaltung der Leitsätze, lehnt jedoch sowohl eine Verpflichtung darauf als auch eine Ausweitung auf Exportkredite ab. Dies würde aus Sicht der Kontaktstelle an die Grenzen der Leitsätze stoßen und deren freiwilligen Charakter untergraben. Zwar sind die Leitsätze in der Tat nur Empfehlungen an die Unternehmen, aber die Regierungen haben sich zu deren Umsetzung verpflichtet. Sie sollten deshalb ihre eigenen Instrumente nutzen, um den Leitsätzen zu mehr Wirksamkeit zu verhelfen. Kein Unternehmen ist zur Beantragung von Hermesbürgschaften verpflichtet.

Zu begrüßen ist, dass sich die Global Reporting Initiative, eine Multi-Stakeholder-Initiative zur Unternehmensberichterstattung, auf die OECD-Leitsätze bezieht und diese im Rahmen ihrer Aktivitäten operationalisiert hat. Solange dies zu keiner einschränkenden Interpretation der Leitsätze führt, kann ein solches Berichtswesen zu einem verstärkten Wirksamwerden der Leitsätze bei den Unternehmen beitragen. Auch Investmentunternehmen können den OECD-Leitsätzen in der Praxis zu mehr Bedeutung verhelfen, wie das Beispiel des britischen Insight Investment: Liegt eine Beschwerde gegen ein Unternehmen vor, in das Insight Investment investiert hat, versucht das Finanzinstitut über seine Einflussmöglichkeiten das Unternehmen zu einer schnellen und einvernehmlichen Lösung des Falles zu bewegen.

Ebenso beziehen sich auch die im August 2003 verabschiedeten UN Normen für transnationale Unternehmen¹⁸ auf die OECD-Leitsätze und stellen damit eine wichtige Verbindung zu neuen Entwicklungen in der Unternehmensregulierung dar.

7. Ausblick

Die OECD-Leitsätze sind unter den derzeit existierenden internationalen Ansätzen zur Unternehmensregulierung das potenziell wirksamste Instrument: Insbesondere aufgrund des Beschwerdeverfahrens, des inhaltlich

¹⁷ Eine Übersicht über die Initiativen verschiedener Länder findet sich im aktuellen Jahresbericht zu den OECD-Leitsätzen: *OECD, 2004 Annual Report of the OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, 2004, S. 16-17.

¹⁸ UN Normen zur menschenrechtlichen Verantwortung von Transnationalen Konzernen und anderen Wirtschaftsunternehmen, ausführlicher dazu der Beitrag von Elisabeth Strohscheidt in dieser Publikation.

umfassenden Charakters, der Gültigkeit für alle Unternehmen aus den Unterzeichnerstaaten und der Einbeziehung der Regierungen. Während NGOs und Gewerkschaften die Leitsätze nutzen und versuchen, sie verbindlicher zu gestalten, betonen die Wirtschaftsverbände und die Kontaktstellen immer wieder die Freiwilligkeit dieses Instrumentes. Diese erscheint ihnen auch ausreichend,¹⁹ während die Rechte der Unternehmen verbindlich festgelegt werden müssten – wie die jüngsten Bemühungen für Investitionsverhandlungen im Rahmen der WTO oder die vielen bilateralen Investitionsabkommen zeigen.

Auch wenn die Erfahrungen der ersten fünf Jahre nach der Revision der Leitsätze im Jahr 2000 keinen Grund zu grenzenlosem Optimismus bieten, werden NGOs die OECD-Leitsätze weiterhin nutzen und prüfen, inwiefern dieses Instrument in konkreten Fällen eine Verbesserung vor Ort bewirken kann. Dabei werden NGOs die Schwierigkeiten bei der Umsetzung des Instruments immer wieder thematisieren. Wichtigste Punkte sind neben der geringen Verbreitung der Leitsätze derzeit die Frage der Zulieferbeziehungen bzw. des ‚investment nexus‘, die Vertraulichkeitsproblematik, die fehlende Recherchetätigkeit der Kontaktstellen und langwierige Verfahren sowie die geringe Bereitschaft zu Erklärungen über eine Verletzung der Leitsätze bei erfolglosen Vermittlungsverfahren und der generell schwache Sanktionsmechanismus.

NGOs werden sich weiterhin für eine Verbesserung des Instrumentes einsetzen, parallel jedoch auch die Entwicklung verbindlicherer Instrumente wie z.B. der UN-Normen für Unternehmen vorantreiben. Denn auch bei vollständiger Umsetzung könnten die OECD-Leitsätze aufgrund von inhaltlichen und methodischen Lücken nicht jedes unternehmerische Fehlverhalten aus der Welt schaffen. Insgesamt ist auch nicht zu erwarten, dass ein einziges Instrument die Lösung für alle Probleme bieten könnte.

¹⁹ *WTO*, Communication from the European Community and its Member States: Concept Paper on Development Provisions, WT/WGII/W/140, 12.09.02.

Kein ‘Standard’, sondern ‘Lernforum’: Der Global Compact

Alexander Fonari

1. Zur Geschichte des Global Compact

Am 31. Januar 1999 forderte UN-Generalsekretär Kofi Annan auf dem Weltwirtschaftsforum (WEF) in Davos die Wirtschaftsführer in aller Welt zu mehr Engagement für eine soziale und ökologische Gestaltung der Weltwirtschaft auf. Er schlug die Gründung eines weltumspannenden Paktes – eines Global Compact – vor. Sein Vorschlag fand bei den Unternehmen viel Resonanz und der Global Compact wurde am 26. Juli 2000 bei den Vereinten Nationen in New York formell etabliert. Ungefähr 50 multinationale Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften, Wirtschaftsverbände und Handelskammern zählten zu den Gründungsmitgliedern des Global Compact. In einem sogenannten ‚9-Punkte-Programm‘ bekannten sich die Unterzeichner des Global Compact zur Förderung von Menschenrechten, Arbeitnehmerrechten und Umweltschutz. Dieses ‚9-Punkte-Programm‘ - auch als die ‚9 Prinzipien‘ bezeichnet und im Juli 2004 um ein 10. Prinzip erweitert -, enthält schon lange bestehende internationale Prinzipien, basierend vor allem auf der ‚Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte‘, der Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit‘ (1998) der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), den Grundsätzen der Erklärung von Rio 1992 zu Umwelt und Entwicklung und dem Weltsozialgipfel in Kopenhagen 1995.²⁰

Für Kofi Annan war bei der Gründung des Global Compact von Bedeutung, dass die Vorteile der Globalisierung sehr ungleich verteilt und die

²⁰ Vgl. *Georg Kell*, Der Global Compact. Prinzipien, Zielvorstellungen, Perspektiven, in: ai/DGB (Hg.) Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung, Bonn 2003, S. 23 – 53, insbesondere S. 28.

Ressourcen der Erde bald erschöpft sind.²¹ Gleichzeitig gehörten für ihn der Schutz der Grundfreiheiten, die Einhaltung rechtsstaatlicher Verfahren sowie der politische und soziale Ausgleich als Grundlage staatlicher Stabilität zu den Interessen international tätiger Unternehmen. Der UN-Generalsekretär wollte nicht warten, bis Regierungen die Initiative ergreifen. Trotzdem ist der Global Compact damit nicht Ersatz für staatliche Maßnahmen bzw. staatliches Engagement. Vielmehr soll gemäß Kofi Annan die Eigeninitiative der nichtstaatlichen Akteure die Abwesenheit verbindlicher Standards durch eine selbstverantwortliche und normorientierte Entwicklung auffangen - der Global Compact als Beitrag der Privatwirtschaft zur Implementierung sozialer Prinzipien. Das Ziel des Global Compact lässt sich für Kofi Annan auch wie folgt formulieren: Die Globalisierung menschlich verträglich gestalten – dem Weltmarkt ein menschliches Antlitz geben.²²

Die 10 Prinzipien des ‚Global Compact‘:

Menschenrechte:

1. Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte im eigenen Einflussbereich
2. Sicherstellung, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt

Arbeitsnormen:

3. Wahrung der Vereinigungsfreiheit und wirksame Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen
4. Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit
5. Abschaffung der Kinderarbeit
6. Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

²¹ Vgl. *Kofi Annan*, Globalisierung soll auch für die Armen ein Gewinn sein. In: *Financial Times Deutschland* vom 13.12.2000.

²² Vgl. *Georg Kell*, *Der Global Compact. Prinzipien, Zielvorstellungen, Perspektiven*, S. 30.

Umweltschutz:

7. Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen
8. Ergreifung von Schritten zur Förderung einer größeren Verantwortung gegenüber der Umwelt
9. Hinwirkung auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

Korruptionsbekämpfung:

10. Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Durch die Zusammenarbeit zwischen den Vereinten Nationen, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sollen nach Kofi Annan zentrale inhaltliche Ziele der Vereinten Nationen gestärkt werden. Zusätzlich ist der Global Compact auch ein Vorstoß von politischer bzw. strategischer Bedeutung, da der Generalsekretär damit einem drohenden Bedeutungsverlust der Vereinten Nationen entgegenzuwirken versucht.

2. Der Beitrag der Unternehmen im Global Compact

Die beteiligten Unternehmen sollen in ihrer Unternehmenspolitik und in der Öffentlichkeit für den Pakt eintreten, sie sollen regelmäßig Bericht erstatten über die Umsetzung der 10 Prinzipien, um anderen Unternehmen gute Beispiele und der Öffentlichkeit Gelegenheit zur Kenntnis- und Stellungnahme zu geben.²³ Außerdem sollen die Unternehmen in den vom Global Compact abgedeckten Bereichen Partnerschaften mit den Vereinten Na-

²³ Vgl. *Thomas Fitschen*, Der Global Compact oder die Mobilisierung der Privatwirtschaft für politische Ziele der Vereinten Nationen, in: ai/DGB (Hg.), *Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung?*, Bonn 2003, S. 69 – 78; *Maja Göpel*, Gleiche Interessen? Vom Etikettenschwindel in Public-Private Partnerships, in: Nord-Süd aktuell 1/2003, S. 110 – 125, hier S. 119: „Als weitere Modifikation wurden die Pflichtjahresberichte zur Umsetzung der neun Prinzipien nach einer ernüchternden Bilanz in freiwillige kurze ‚Beispiele‘ über Projekte und ‚Fallstudien‘ als umfangreiche Erfahrungsberichte geändert.“

tionen oder mit internationalen Hilfs- und Entwicklungsorganisationen eingehen. Ziel sind eine weltweite Förderung konkreter Projekte zur Umsetzung der Prinzipien und gemeinsame Aktivitäten zur Erfüllung der Entwicklungsziele der Vereinten Nationen.

Die Unternehmen sollen sich ferner auf nationaler und internationaler Ebene am Global Compact ‚Learning Forum‘ beteiligen: der gemeinsamen Sammlung, Auswertung und Verbreitung der von den Unternehmen mitgeteilten ‚Best Practices‘. Zusätzlich sind die Mitglieder des Global Compact zu den vom Global Compact-Büro organisierten Sachgesprächen bzw. ‚Compact Policy Dialogues‘ eingeladen.

Für die Teilnahme eines Unternehmens am Global Compact genügt ein Brief des/der Vorstandsvorsitzenden oder eines anderen Vorstandsmitglieds an UN-Generalsekretär Kofi Annan,²⁴ in dem die Unterstützung des Global Compact ausgedrückt wird und die Bereitschaft zu den oben genannten Punkten erklärt wird.

Die hier skizzierten Aufgaben für die dem Global Compact beigetretenen Unternehmen machen deutlich, dass der Global Compact eine auf gemeinsamen Werten basierende Plattform sein soll - ein *Dialog- und Lernforum*. Der Global Compact ist somit kein Sozialstandard, keine Selbstverpflichtung, kein Verhaltenskodex oder ordnungspolitisches Instrument. Er ist eine *wertorientierte Plattform*, deren Ziele die Stärkung der 10 Prinzipien und institutionellen Lernens ist. Er ist mit einem Minimum an Formalitäten und Bürokratie ein zusätzliches Instrument zur Förderung von Unternehmensverantwortung.

3. Überblick über Unternehmen im Global Compact

Die verbindliche Übersicht über die Mitglieds-Unternehmen findet sich auf der Website des Global Compact unter www.unglobalcompact.org. Am 15.4.2005 - also mehr als sechs Jahre nach der in Davos vorgestellten Idee von Kofi Annan - waren 1.977 Unternehmen (es existieren weltweit ca. 60.000 multinationale Unternehmen) dem Global Compact beigetreten.

²⁴ Secretary-General, United Nations - New York, NY 10017 – U.S.A.

Anzahl der Mitglieder im Global Compact weltweit: 1.977

(Stand: 15.4.2005)

jeweils Herkunftsstaaten (Auswahl) und Anzahl Mitglieder:

Ägypten:	35	Lettland:	13
Argentinien:	172	Mexiko:	2
Australien:	16	Nepal:	11
Brasilien:	106	Niederlande:	8
Bulgarien:	57	Norwegen:	12
Chile:	12	Panama:	48
China:	45	Peru:	48
Dänemark:	16	Philippinen:	116
Deutschland:	36	Polen:	8
Finnland:	6	Russland:	17
Frankreich:	366	Schweden:	28
Ghana:	7	Schweiz:	15
Großbritannien:	53	Spanien:	211
Indien:	93	Sri Lanka:	36
Indonesien:	2	Südafrika:	9
Italien:	50	Thailand:	13
Japan:	32	Türkei:	47
Kanada:	20	USA:	69

Im Vergleich zum Jahresbeginn 2004 (1.184 Mitglieder) sind dem Global Compact also fast 800 Unternehmen zusätzlich beigetreten. Das entspricht einem 67-prozentigen Wachstum. Auffallend sind die überproportional starken Zuwächse in Ägypten (von 10 auf 35 Mitglieder), Bulgarien (von 24 auf 57 Mitglieder), China (von 17 auf 45 Mitglieder), Italien (von 20 auf 50 Mitglieder), Japan (von 9 auf 32 Mitglieder), Kanada (von 9 auf 20 Mitglieder) oder auch der starke Rückgang auf den Philippinen (von 138 auf 116 Mitglieder). In Deutschland lag der Mitgliederzuwachs (von 26 auf 36 Mitglieder) unter dem Durchschnitt. In den USA ist die relativ geringe Mitgliederzahl durch die Sorge der dortigen Unternehmen vor juristischen Konsequenzen zu erklären. Inzwischen wurden in den USA modifizierte Beitrittsformulierungen zugelassen.²⁵

²⁵ Vgl. global compact Deutschland 2004, hg. von mediengruppe macondo 2004, S. 19.

Die 36 deutschen Mitglieder des Global Compact:

(Stand: 15.4.2005)

A.C.A. Riegelsberger	Infineon Technologies AG
Allianz AG	Institut für Organisationskommunikation
Altana AG	Karl Storz GmbH & Co KG
BASF AG	Lufthansa AG
BaurConsult	Mannheimer Kongreß- und Touristik GmbH
BAYER AG	Miele & Cie. GmbH & Co KG
BMW AG	Osram GmbH
BSH Bosch & Siemens Hausgeräte GmbH	Otto-Versand GmbH & Co
DaimlerChrysler AG	Robert Bosch GmbH
Deutsche Bank AG	RWE Rhein-Ruhr AG
Deutsche Telekom AG	RWE Net AG
Drehtainer GmbH	SAP AG
EPCOS AG	Schefenacker AG
Faber-Castell	Siemens AG
Fritz Massong GmbH	UR Holdings (ex Sitec GmbH)
Gerling Group of Insurance Companies	Volkswagen AG
GTZ GmbH	WestLB AG
HELOG Lufttransport KG	
Henkel KgaA	

Anmerkungen:

Helog Lufttransport KG ist Tochter eines Schweizer Unternehmens (HELOG AG) und gehört somit eigentlich nicht in die Auflistung. Gegenüber dem 1.1.2004 sind aus der offiziellen Mitgliederliste die Business Keeper AG und die mediengruppe macondo verschwunden. Aufgrund einer neuen ‚listing policy‘ werden Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten nicht mehr genannt. Allerdings wurde diese neue ‚listing policy‘ den betroffenen Unternehmen offensichtlich nicht mitgeteilt, da die ‚Auflistung‘ dort mit Erstaunen zur Kenntnis genommen wurde.

Die in die Liste aufgenommene Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ) ist eine staatliche Durchführungsorganisation.

Im Jahr 2004 wurde die im September 2003 dem Global Compact beigetretene Stadt Nürnberg noch zu den damals 26 Mitgliedsunternehmen gezählt.

Neu in die Liste aufgenommen wurden zuletzt BaurConsult, Drehtainer GmbH, Infineon Technologies AG, Karl Storz GmbH & Co KG, Osram GmbH, RWE Net AG und die WestLB.

Von der offiziellen Website des Global Compact zu unterscheiden ist das von der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) im Auftrag von Auswärtigem Amt und Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) koordinierte ‚Deutsche Global Compact Netzwerk‘, dem auch ausländische Unternehmen mit Niederlassung in Deutschland angehören können (z.B. das Schweizer Unternehmen ABB). Am 15.4.2005 waren auf der GTZ-Website 34 Unternehmen als Mitglieder verzeichnet. Weitere Mitglieder des ‚Deutschen Global Compact Netzwerks‘ waren demnach im April 2005 auch KfW, ICC Deutschland (International Chamber of Commerce / Internationale Handelskammer), Robert Bosch Stiftung, Stadt Nürnberg, BMZ und Auswärtiges Amt.

Im Vergleich zur offiziellen Global Compact Web-Seite sind Noristech und die Media-Agentur Macondo aufgeführt. Dafür fehlen jedoch BaurConsult, Drehtainer GmbH, Karl Storz GmbH & Co KG, Miele & Cie. GmbH & Co KG, Osram GmbH und RWE Net.

Um die Verwirrung zu vergrößern, existiert neben den beiden bisher genannten Web-Seiten zum Global Compact noch eine weitere: ICC Deutschland, die nach eigenen Angaben die „Koordination der Umsetzung des Global Compact für die Wirtschaft in Deutschland“²⁶ übernommen hat, wies auf ihrer nicht immer so aktuellen Website am 15.4.2005 30 „deutsche Unternehmen“ als Global Compact Mitglieder aus. Auch hier wurden die Schweizer Unternehmen ABB und Helog dazugezählt.

Im Vergleich zur offiziellen UN-Global Compact-Webseite fehlen BaurConsult, Drehtainer GmbH, GTZ GmbH, Infineon Technologies AG, Karl Storz GmbH & Co KG, Osram GmbH, Robert Bosch GmbH, RWE Net AG und WestLB. Zusätzlich aufgenommen wurde Macondo.

Ärgerlich ist, dass noch im Jahr 2005 eine große Zahl der Mitgliedsunternehmen auf ihrer eigenen Website keine Informationen zu den Aktivitäten im Rahmen des Global Compact präsentiert, bei Anfragen zur Mitgliedschaft im Global Compact äußerst misstrauisch reagiert und nur sehr

²⁶ Siehe www.icc-deutschland.de/icc/frame/gc_index.htm.

‚sparsam‘ über das Engagement im Kontext des Global Compact informiert. Schriftliche Informationen zur Mitgliedschaft im Global Compact existieren zum Teil nicht und zugesagte mündliche Informationen bleiben aus. Dieses Verhalten betrifft vor allem kleinere Unternehmen, denen die Mitgliedschaft im Global Compact wahrscheinlich als (zudem kostengünstige) PR-Maßnahme dient.

4. Kritik am Global Compact

Der Global Compact kann sicherlich nicht alle Probleme einer globalisierten (Wirtschafts-)Welt lösen. Grundsätzlich sind aber alle Bemühungen zur Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Umweltstandards bzw. gegen Korruption zu unterstützen – somit auch das Bekenntnis multinationaler Unternehmen zu den Prinzipien des Global Compact bzw. eine Stärkung von sogenanntem ‚Unternehmens-Bürgertum‘ (‚Good Corporate Citizienship‘) durch die Verbreitung von Beispielen guter Praxis. Damit wird die Zuständigkeit rechts- und sozialpolitischer sowie wohlfahrtsstaatlicher Aktivitäten keineswegs dauerhaft von der öffentlichen in die private Sphäre verlagert.²⁷ Der Global Compact mutiert auch nicht zum ‚Private Government‘, das den Volksvertretungen die „Definitionsmacht über das weltwirtschaftliche Politikfeld und die darin angemessenen Problemlösungen“ entzieht.²⁸ Eine weitergehende, für alle Unternehmen weltweit verbindliche Rahmenordnung wird durch den Global Compact keineswegs unterminiert. Vielmehr kann der Global Compact durchaus als ein Schritt zu einer solchen Rahmenordnung betrachtet werden.

Sollte der Global Compact dadurch scheitern, dass er sich als PR-Gag multinationaler Konzerne erweist, seine Prinzipien weiterhin nur selektiv umgesetzt werden, Mitglieder ohne Sanktionierung dauerhaft gegen die Prinzipien verstoßen oder eine große Zahl von Unternehmen als Trittbrettfahrer agiert, dann kann ein gescheiterter Global Compact immer noch den Grundstein zu einer wesentlich verbindlicheren Regelung legen.

²⁷ Vgl.: *Friedhelm Hengsbach*, Eine Nebenarena? Thesen zum UN-Global Compact öffentlich-privater Partnerschaft, in: epd entwicklungspolitik 1/2/2003, S. 50-51.

²⁸ *Maja Göpel*, Gleiche Interessen? Vom Etikettenschwindel in Public-Private Partnerships, S. 122.

Konkret beantworten sollte der Global Compact beispielsweise:

- Welche Maßnahmen werden ergriffen gegen Mitglieder, die – wie ein deutsches Kreditinstitut in Ecuador – ökologisch höchst fragwürdige Projekte unterstützen?
- Wie geht der Global Compact mit Mitgliedern um, die aufgrund von Korruptionsverstößen ihre Mitgliedschaft bei Transparency International ruhen lassen müssen?
- Wann wird der Global Compact Mitglieder ausschließen, die sich betrügerisch ‚Hermes-Bürgschaften‘ verschafft haben?

Nicht mehr reagieren braucht der Global Compact dagegen auf die jahrelange Transparenzverweigerung bei Nike: Die US-amerikanische Firma Nike hatte sich im April 2005 entschlossen, mit einer Offenlegung aller 704 Produktionsstätten auf den jahrelangen Druck von Nichtregierungsorganisationen zu reagieren.²⁹ Als eines der ersten Mitglieder im Global Compact wurde Nike immer wieder mit Vorwürfen konfrontiert, in seinen Produktionsstätten schlechte Arbeitsbedingungen und sogar Kinderarbeit zu dulden. Mit der Veröffentlichung der Liste der Produktionsstätten gewährte Nike die jahrelang geforderte größere Transparenz und bekannte sich zu seiner sozialen Verantwortung.

Nichtregierungsorganisationen beurteilen den Global Compact unterschiedlich. Die Haltung reicht von völliger Ablehnung bei ‚Corpwatch‘ bis hin zu konstruktiver kritischer Unterstützung bei amnesty international. Zu diskutieren sind beispielsweise die Einrichtung von Sanktions- und Kontrollmechanismen,³⁰ die Etablierung eines weltweit gültigen Haftungsrechts,³¹ die Anerkennung aller multilateralen Umweltabkommen der Vereinten Nationen oder auch die Gefahr des ‚Forum Shopping‘ bzw. des Untergrabens anderer bestehender Leitsätze / Verhaltenskodizes.³² Ausführ-

²⁹ Vgl. „Nike reagiert auf Kritik“, in: SZ vom 15.4.2005, S. 22.

³⁰ Hierbei zu bedenken gibt *Jens Martens*, Prekäre Partnerschaft. 7 Thesen zum Global Compact zwischen UN und Wirtschaft, in: ai/DGB (Hg.): Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung?, Bonn 2003, S. 91 – 100, hier S. 93: „Der UN-Generalsekretär erhebt mit dem Global Compact ausdrücklich nicht den Anspruch, einen freiwilligen Verhaltenskodex für TNUs geschaffen zu haben, dessen Einhaltung es jetzt zu überwachen gilt.“

³¹ *Jens Martens*, Prekäre Partnerschaft, S. 100.

³² Vgl. *Georg Kell*, Der Global Compact. Prinzipien, Zielvorstellungen, Perspektiven, S. 38; *Mathias John*, Was ist der Global Compact?, S. 54 – 61, hier S. 58.

licher hierzu die Beiträge von Elisabeth Strohscheidt und Cornelia Heydenreich in dieser Publikation.

Kritik am Global Compact ist ohne einen Blick auf die Chancen dieses Instrumentariums unvollständig. So bietet der Global Compact für die beteiligten Unternehmen einen Imagegewinn. Er eröffnet den Unternehmen die Möglichkeit, in ihrem eigenen Interesse eine konstruktive Rolle bei der Gestaltung der Globalisierung zu übernehmen. Das jeweilige Unternehmen bekennt sich nach außen zur Übernahme von Verantwortung. Als verlässlicher Partner, der fest in der Gesellschaft verankert ist, wird ein Unternehmen für potentielle Arbeitnehmer ein attraktiver Arbeitgeber und schafft darüber hinaus Akzeptanz für seine Produkte.³³ Auch die Bewertung durch Ratingagenturen wird durch diesen Imagegewinn positiv beeinflusst und in der Folge ist eine günstigere Refinanzierung zu erzielen. Shareholder-Value und Stakeholder-Value müssen sich keineswegs ausschließen. Für den Bereich der Nachhaltigkeit gilt mittlerweile, dass sie „ein geeignetes Konzept zur Wertsteigerung von Unternehmen ist und den Unternehmenswert positiv beeinflusst.“³⁴

Problematisch für Unternehmen können die arbeits- und kostenintensiven Berichtspflichten³⁵ sein - sofern sie ernsthaft eingehalten werden. Kleine und mittelständische Unternehmen können - nachdem sie sich einen Überblick auf dem Markt der vielen existierenden Initiativen zu Umwelt- und Sozialstandards verschafft haben - zwar Mitglied im Global Compact werden, solche Berichtspflichten jedoch schwerer umsetzen. An dieser Stelle sind insbesondere in Deutschland die Verbände gefragt, die ihren Mitgliedsunternehmen längst schon Hilfestellungen hätten anbieten müssen.

Um eine Verbreitung des Global Compact zu erreichen, ist eine Website in der jeweiligen Landessprache notwendig. Das immer noch anhaltende Chaos von Informationen (bzgl. Mitgliedsunternehmen) zum Global Compact in Deutschland sollte zu überwinden und zusätzlich ein Link von der offiziellen Global Compact Website zu den Aktivitäten der Mitgliedsunternehmen im Bereich des Global Compact selbstverständlich sein. Zur Stärkung der Glaubwürdigkeit der Vereinten Nationen und zugleich zu einem größeren Bekanntheitsgrad des Global Compact beitragen kann eine kon-

³³ Vgl. *BMW*, Sustainable Value Report 2003/2004, S. 11.

³⁴ *BMW*, Sustainable Value Report 2003/2004, S. 11.

³⁵ Vgl. *Georg Kell*, Der Global Compact. Prinzipien, Zielvorstellungen, Perspektiven, S. 48.

sequente Vergabepaxis der Vereinten Nationen, bei der Aufträge nur an Unternehmen vergeben werden sollten, die grundlegende Standards einhalten bzw. sich zur Einhaltung bekennen.³⁶

5. Fazit

Der Global Compact bietet Chancen gleichzeitig für Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen. Letztere können den ‚Stakeholder-Dialog‘ auch auf örtlicher und regionaler Ebene zur Stärkung von Unternehmensverantwortung, Verständigungs- und Kompromissbereitschaft nutzen. Der Global Compact genießt bei einigen Unternehmen Beachtung - vielleicht gerade deshalb, weil er ein ‚Dialog- und Lernforum‘ bzw. eine ‚wertorientierte Plattform‘ und kein ‚klassischer‘ Verhaltenskodex oder gar eine verbindliche Regelung ist. Sechs Jahre nach seiner Vorstellung konnte er sich bisher jedoch nicht als ein funktionsfähiges Instrument erweisen, das politische Veränderungen oder nachhaltige Veränderungen von Handlungsweisen bei Unternehmen hervorzubringen in der Lage ist. Gemeinsame Aktivitäten der Mitgliedsunternehmen sind kaum vorhanden. Unternehmen stellen bevorzugt ihre eigenen – zumeist karitativ geprägten – Global Compact Aktivitäten in den Vordergrund. Solches Verhalten entspricht bestenfalls einer qualitativen Weiterentwicklung des Sponsoring und hat mit Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung eines Unternehmens bzw. nachhaltiger Veränderung von Handlungsweisen wenig zu tun. Nicht die Förderung von Einzelprojekten außerhalb der Betriebsabläufe – im Sinne eines Anhängsels - sollte im Vordergrund stehen. Vielmehr geht es um eine Führungsphilosophie, die bei der Definition langfristiger Unternehmensinteressen die wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen und politischen Belange einer Gesellschaft berücksichtigt.³⁷

³⁶ Vgl. Gemeinsames Schreiben zum Global Compact von Oxfam, amnesty international, Lawyers Committee on Human Rights und Human Rights Watch an die Stellvertretende UN-Generalsekretärin Louise Fréchette, 7. April 2003, in: Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung?, hg. von ai und DGB, Bonn 2003, S. 7 – 12, 10.

³⁷ Vgl. *Marc Beise*, Gute Absichten. Bei den Konzernen ist Corporate Social Responsibility zum Modewort geworden – doch der Mittelstand bleibt zögerlich. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 29.3.2005, S. 21; *Klaus M. Leisinger*, Was ist ‚Corporate Social Responsibility‘ in Zeiten der Globalisierung?, in: *Zeitschrift Entwicklungspolitik* 5 / 6 / 2004, S. 31 - 35.

Zweifel an der Effektivität des Global Compact sind somit angebracht. Zur Schärfung des Bewusstseins des privaten Sektors für Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards³⁸ ist der Global Compact sicherlich behilflich - aber er bedarf der Ergänzung: Entweder ist der Global Compact selbst baldmöglichst weiterzuentwickeln oder andere Instrumentarien müssen zur Verwirklichung seiner Ziele zusätzlich herangezogen werden.

Richten wir den Blick auf die deutschen Mitgliedsunternehmen, dann wird es höchste Zeit, dass die deutschen Unternehmen im Global Compact Initiativen ergreifen – allerdings zusammen und nicht jedes Unternehmen für sich allein. Statt sich mit neuen karitativ geprägten Projekten zu beschäftigen, sollten sie sich gemeinsam ihrer gesellschaftspolitischen Verantwortung stellen. Möglichkeiten gibt es genug. Hierzu gehören die Entwicklung von Kontroll- und Sanktionsinstrumenten oder auch eine Diskussion um Beschäftigungssicherung in Deutschland. Wenn beispielsweise die Mitarbeiter das größte Kapital ihrer Unternehmen sind, dann ist eine an der Beschäftigungssicherung ausgerichtete Entlohnung des Vorstands zumindest überlegenswert.

Ist der Global Compact wirklich das richtige Instrument, um Unternehmen nicht nur zur Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung im Kontext einzelner ‚Charity-Projekte‘, sondern zu einer konsequenten Umsetzung aller 10 Prinzipien im eigenen Einflussbereich zu bewegen?

Nach sechs Jahren Global Compact: welche Initiativen, die über PR-Maßnahmen hinausgehen, haben beispielsweise deutsche Unternehmen gemeinsam unternommen, um den Global Compact in Deutschland weiterzuentwickeln? Wie reagiert der Global Compact auf Mitgliedsunternehmen, die ihre Unternehmenspolitik an letztlich willkürlich gewählten Renditezielen ausrichten, die ‚die Globalisierung‘ als Entschuldigung für das Versagen der politisch und ökonomisch Verantwortlichen benutzen und dabei auch die 10 Prinzipien des Global Compact vergessen?

Sollte der Global Compact offensichtliche Verstöße gegen die 10 Prinzipien weiterhin ignorieren, dann ist das unverbindliche Instrument bzw. Lernforum Global Compact nicht hilfreich. Dann bedarf es anderer – verbindlicher – Verpflichtungen zur Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards.

³⁸ Vgl. *Georg Kell*, *Der Global Compact. Prinzipien, Zielvorstellungen, Perspektiven*, S. 43.

Literatur

- ai / DGB (Hg.): Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung, Dokumentation einer gemeinsamen Fachtagung von ai und DGB am 14. März 2002 in Berlin, Bonn 2003.
- Auswärtiges Amt: Sechster Bericht der Bundesregierung über ihre Menschenrechtspolitik in den auswärtigen Beziehungen und in anderen Politikbereichen = Deutscher Bundestag, Drucksache 14/9323 vom 6. Juni 2002.
- Beise, Marc: Gute Absichten. Bei den Konzernen ist Corporate Social Responsibility zum Modewort geworden - doch der Mittelstand bleibt zögerlich, in: Süddeutsche Zeitung vom 29.3.2005, S. 21.
- Blüthner, Andreas: Der Global Compact als Modell für Kooperationen im Völkerrecht, in: Stephan Hobe (Hg.), Kooperation oder Konkurrenz internationaler Organisationen, Baden-Baden 2001, S. 72 – 79.
- Brühl, Tanja / Debiel, Tobias u.a. (Hg.): Die Privatisierung der Weltpolitik. Entstaatlichung und Kommerzialisierung im Globalisierungsprozess, Bonn 2001.
- Chahoud, Tatjana: Der Global Compact und die OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen als globale Instrumente zur Förderung der Unternehmensverantwortung, DIE.
- Göpel, Maja: Gleiche Interessen? Vom Etikettenschwindel in Public-Private Partnerships, in: Nord-Süd aktuell 1/2003, S. 110 – 125.
- Hamm, Brigitte: Public-Private Partnership und der Global Compact der Vereinten Nationen = INEF-Report Nr. 62 / 2002.
- Hildebrandt, Paula M.: Globalisation and governance: the UN Global Compact – reflections on the changing nature of international authority, in: Nord-Süd aktuell 1/2003, S. 97 – 105.
- John, Mathias / Strohscheidt, Elisabeth: amnesty international und der Global Compact. In: ai-Journal 3 / 2002, S. 9 – 10.

- Leisinger, Klaus M.: Was ist ‚Corporate Social Responsibility‘ in Zeiten der Globalisierung?, in: Zeitschrift Entwicklungspolitik 5/6/2004, S. 31 – 35.
- Macondo (Hg.): Global Compact Deutschland 2004, Münster 2004.
- Martens, Jens: Prekäre Partnerschaft. 7 Thesen zum Global Compact zwischen UN und Wirtschaft, in: ai/DGB (Hg.): Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung?, Bonn 2003, S. 91 – 100.
- Paul, James A.: Der Weg zum Global Compact. Zur Annäherung von UNO und multinationalen Unternehmen, in: Brühl/Debiel/Hamm/Hummel/Martens (Hg.), Die Privatisierung der Weltpolitik. Entstaatlichung und Kommerzialisierung im Globalisierungsprozess, Bonn 2001, S. 104 – 129.
- Schorlemer, von Sabine: Der ‚Global Compact‘ der Vereinten Nationen – ein Faust’scher Pakt mit der Weltwirtschaft?, in: dies. (Hg.), Praxishandbuch UNO. Die VN im Lichte globaler Herausforderungen, Berlin etc. 2003, S. 507 – 552.
- Zumach, Andreas: Der strategische Handel des Generalsekretärs. Ernüchternde Erfahrungen mit dem Global Pakt von Davos, in: Vereinte Nationen 50 (2002), S. 1 – 5.

Ergebnisse des EU-Konsultationsprozesses zu Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen

Christian Bussler

Die Debatte über Soziale Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) innerhalb der Europäischen Union (EU) geht auf Beschlüsse des Europäischen Rates in Lissabon (2000) und Göteborg (2001) zurück. Das Europäische Parlament befasste sich im Januar 1999 erstmals mit der Thematik.³⁹ Im Juli 2001 wurde mit der Veröffentlichung eines Grünbuchs der Europäischen Kommission ein Konsultationsprozess zu CSR angestoßen, der im Juni 2004 seinen vorläufigen Abschluss fand. Der vorliegende Artikel stellt Zwischen- und Endergebnisse dieses Prozesses dar.⁴⁰

1. Das Grünbuch

Die EU versteht unter einem Grünbuch die von der Kommission herausgegebene Zusammenfassung einer vorangegangenen Debatte. Es stellt ein Spektrum von Ideen dar, das zur öffentlichen Diskussion gestellt wird. Auf das Ende des mehrjährigen Konsultationsprozesses folgt in der Regel ein Weißbuch. Es definiert die Grundzüge der Gemeinschaftsposition zu einem bestimmten Thema und enthält förmliche Vorschläge, wie dieser Politikbereich in Europa entwickelt werden soll. Die Mitgliedsländer haben ihre jeweilige nationale Politik an den so definierten politischen Richtungen und Maßstäben auszurichten.

³⁹ Dokument A4-0508/98: „EU-Normen für in Entwicklungsländern tätige europäische Unternehmen um Hinblick auf die Entwicklung eines europäischen Verhaltenskodex“.

⁴⁰ Offizielle Website: http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/.

Das Grünbuch „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen“ wurde am 18. Juli 2001 herausgegeben. Es betrachtet sich als Beitrag zur Erreichung des „in Lissabon vorgegebenen strategischen Ziels, die Union zum ‚wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt zu machen‘“⁴¹. Die zu Grunde liegende Annahme ist, dass die Wahrnehmung sozialer Verantwortung in Unternehmen einen unmittelbaren wirtschaftlichen Vorteil zur Folge haben kann. Die damit verbundenen Kosten sollten nicht als unrentable Ausgaben, sondern als Investitionen betrachtet werden. Hauptanliegen des Grünbuchs ist, „eine Debatte über neue Wege zur Förderung der sozialen Verantwortung der Unternehmen anzuregen und die Akteure zu sensibilisieren.“⁴²

Die Kommission möchte dabei keine neuen Verhaltensstandards für Ihre Mitgliedsstaaten setzen. Sie sieht diese Aufgabe in der ‚Trilateralen Erklärung zu multinationalen Unternehmen und zur Sozialpolitik‘ der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO; 1977/2000) und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen (2000) hinreichend erfüllt. Sozial verantwortliches Handeln wird definiert als „über die bloße Gesetzeskonformität hinaus ‚mehr‘ investieren in Humankapital, in die Umwelt und die Beziehungen zu anderen Stakeholdern. Die Erfahrung mit Investitionen in umweltverträgliche Technologien und Unternehmenspraktiken legt nahe, dass es der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zuträglich sein kann, wenn man über bloße Gesetzeskonformität hinausgeht.“⁴³ CSR wird somit grundsätzlich nicht als Einhalten bestehender Rechtsvorschriften und Regelungen begriffen, sondern als ihr freiwilliges Übertreffen.

Als mögliche Vorteile von CSR für Unternehmen führt das Grünbuch an:

- Imageverbesserung: Die Reputation eines Unternehmens als Produzent bzw. Arbeitgeber gewinnt immer mehr an Bedeutung für seinen wirtschaftlichen Erfolg.
- Positive Aktienkursentwicklung: Der Dow Jones Sustainable Index hat seit 1993 um 180% zugelegt, der Dow Jones Global Index im selben Zeitraum lediglich um 125%.⁴⁴

⁴¹ Europäische Kommission 2001, S. 4.

⁴² Europäische Kommission 2001, S. 25.

⁴³ Europäische Kommission 2001, S. 8.

⁴⁴ Europäische Kommission 2001, S. 9.

- Gewinnen und Halten qualifizierter Arbeitskräfte: Besonders für ‚High Potentials‘ sind Weiterbildungsmöglichkeiten und positives Arbeitsumfeld ein immer wichtigeres Kriterium bei der Auswahl ihres Arbeitgebers.
- Bessere Anpassung an Wandel: Sozial verantwortungsvoll durchgeführte Umstrukturierungen, die die Interessen aller Akteure berücksichtigen, erwiesen sich in der Vergangenheit als überdurchschnittlich erfolgreich.
- Geringere Kosten durch Schonung natürlicher Ressourcen: Unternehmen stärken durch nachhaltiges Wirtschaften ihre Wettbewerbsposition bei steigenden Abgaben für Umweltnutzung, z.B. durch Emissionslizenzen.

CSR fördert die Orientierung an langfristigen Vorteilen. Damit kann sie auf Dauer zu einer Erhöhung der Gewinne führen und im ureigenen Interesse der Unternehmen liegen. Das Grünbuch geht aber auch auf die Implementierungsproblematik ein: „Zwar bekennen sich die Unternehmen immer mehr zu ihrer sozialen Verantwortung, doch steht eine entsprechende Anpassung der Managementtechniken in vielen Fällen noch aus.“⁴⁵ Als nächste Schritte werden deshalb vorgeschlagen:

- Einschlägige Fortbildung von Managern und Arbeitnehmern
- Berichterstattung und Audit, z.B. im Einklang mit der Norm SA 8000 (im Sozialbereich) bzw. der Global Reporting Initiative (GRI, im Umweltbereich)
- Steigerung der Arbeitsqualität durch Dialog mit Arbeitnehmervertretern und die Durchführung von Qualifikationsmaßnahmen
- Erhöhung des Nutzeffekts von Gütesiegeln
- Sensibilisierung der Finanzmärkte für das Ertragspotential von CSR (Triple-bottom-line Investitionen)

Das knapp 30seitige Grünbuch reißt die wichtigsten Aspekte von CSR an, lässt ein durchgehendes Konzept aber noch vermissen.

⁴⁵ Europäische Kommission 2001, S. 18.

2. Die Stellungnahmen

Annahmeschluss für Stellungnahmen zum Grünbuch war der 31. Dezember 2001. Insgesamt gingen rund 300 Antworten ein, die sich folgendermaßen aufteilen:⁴⁶

Regierungen	22
Politische Parteien	1
Internationale Organisationen	42
Unternehmen und -verbände	104
Tarifparteien	61
NGOs	37
Wissenschaft und Individuen	37

Auffällig ist ein starkes Übergewicht von Beiträgen aus Großbritannien. Aus Unternehmenskreisen kommen rund 50 Beiträge von einzelnen Firmen; 28 davon haben ihren Hauptsitz im Vereinigten Königreich, 7 in den USA. Von deutschen Unternehmen stammen lediglich zwei Antworten, namentlich von der adidas-Salomon AG und der Siemens AG.

Diese sollen kurz analysiert werden, außerdem die Stellungnahmen der Deutschen Bundesregierung und des Verbandes Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO):

adidas-Salomon unterstreicht die Tatsache, dass tragfähige Codes of Conduct bereits existieren und kein Bedarf nach der Schaffung neuer Standards besteht. Das Unternehmen bekräftigt seine Bereitschaft, die Arbeitsbedingungen entlang der weltweiten Wertschöpfungskette kontinuierlich zu verbessern, und regt den Austausch von Best Practices an. Die Möglichkeiten freiwilliger Systeme seien aber beschränkt. Die Regierungen von Produktionsländern sollten deshalb aufgefordert werden, Kollektivverhandlungen zuzulassen, Arbeitnehmerrechte zu stärken, sie zu publizieren, und ihre Durchsetzbarkeit zu gewährleisten. Fortschritte können nur erzielt werden, wenn Regierungen in Sachen CSR eine Vorreiterrolle spielen.⁴⁷ Es wird deutlich, dass adidas-Salomon nichts gegen ein hohes Maß an ethischer Unternehmensorientierung einzuwenden hat. Allerdings sollten auch die Wettbewerber auf ein ähnlich hohes Niveau verpflichtet werden,

⁴⁶ Die Gesamtheit der Stellungnahmen ist abrufbar unter http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_responses.htm.

⁴⁷ adidas-Salomon 2001.

damit die Vorreiter keine Wettbewerbsnachteile erleiden. Die hierzu nötigen verbindlichen Standards und Regulierungsmaßnahmen werden grundsätzlich akzeptiert.

Siemens betont dagegen Freiwilligkeit. Europa sei bereits eine überregulierte Region, und die Unternehmen hätten schon jetzt Anreize zu nachhaltigem Wirtschaften. Die Vereinheitlichung von Reporting wird wegen mangelnder Vergleichbarkeit als problematisch betrachtet, die Aktivitäten der Global Reporting Initiative (GRI) werden jedoch begrüßt.⁴⁸ *Siemens* stellt damit die Implementierungsprobleme in den Vordergrund, und empfiehlt Vertrauen auf die Selbstregulierungskräfte des Marktes.

Für die *Deutsche Bundesregierung* ist „Freiwilligkeit [...] das Grundprinzip für CSR und muss es auch bleiben“. Nur zur jeweiligen Unternehmensstrategie passende Ansätze können die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsraums Europa fördern. Verpflichtende Regelungen seitens der EU, aber auch der Mitgliedsstaaten, werden abgelehnt. Der EU wird jedoch die Schaffung von Anreizen in Form von Bereitstellung technischer Hilfe, von Finanzmitteln und von Experten zugebilligt. Bei der finanziellen Unterstützung des CSR-Konzepts wird allerdings ebenfalls „zu Zurückhaltung geraten“. Maßnahmen des Monitoring werden „kritisch gesehen, da sie mit dem Prinzip der Freiwilligkeit nicht vereinbar sind“. Die Förderung von Gütesiegeln wird dagegen befürwortet, wobei bestehende Siegel gegenüber der Schaffung neuer Siegel Vorrang genießen sollten. Auch eine Intensivierung des Informationsaustauschs auf allen Ebenen wird begrüßt.⁴⁹ Insgesamt wirkt diese Stellungnahme ablehnender gegenüber den Vorhaben der Kommission als die der beiden deutschen Unternehmen.

VENRO hält dagegen „die starke Betonung der Freiwilligkeit der sozialen Verantwortung von Unternehmen für fragwürdig“. Er besteht darauf, dass freiwillige Maßnahmen durch einen verbindlichen Ordnungsrahmen und Kontrollmaßnahmen flankiert werden müssen. Diese sollen jedoch nicht den Interessen der Unternehmen zuwiderlaufen, sondern verantwortlich handelnde Unternehmen vor Wettbewerbsnachteilen schützen. Er setzt sich darüber hinaus ein für eine „European Monitoring Platform, die Etablierung von Sozial-Gütesiegeln, eine Vorbildfunktion des öffentlichen Beschaffungswesens, und größtmögliche Transparenz für Investoren und

⁴⁸ Siemens 2001.

⁴⁹ Bundesrepublik Deutschland 2002.

Verbraucher.“⁵⁰ Die hier niedergelegte Position steht denen der Unternehmen nicht grundsätzlich entgegen. Vielmehr lassen die Interessenüberschneidungen Raum für Zusammenarbeit.

Die „Mitteilung der Kommission“ vom Juli 2002 verdeutlicht die Grundideen des Grünbuchs und stellt den Tenor der Reaktionen in strukturierter Form dar. Die wichtigsten Erweiterungen gegenüber der ursprünglichen Darstellung sind:

- Die Erkenntnis, dass die Vorteile von CSR für viele Unternehmen wenig transparent sind und ihnen der ‚Business Case‘ näher gebracht werden muss. Dieser kann unter anderem darin liegen, CSR als ein Instrument der Risikokontrolle zu begreifen.
- Die Einbeziehung des ‚Eco-Management and Audit Scheme‘ (EMAS) in das Reporting-Konzept

Den ökonomischen Zwängen der Unternehmen wird stärker Rechnung getragen, viele andere Aspekte des Grünbuchs werden klarer und pointierter wiedergegeben. Das Dokument stellt konzeptionell also einen klaren Fortschritt dar. Schließlich sieht es die Schaffung eines „European Multi-Stakeholder Forum on CSR“ zur weiteren Vertiefung der Debatte vor.

3. Das Stakeholder Forum

Das Forum konstituierte sich am 16. Oktober 2002 in Brüssel. Unter dem Vorsitz der Kommission waren 18 Verbände der Unternehmen, Tarifparteien und NGOs direkt beteiligt und 11 Internationale Organisationen als Beobachter zugelassen.⁵¹ Das letzte Treffen fand am 29. Juni 2004 statt.

In diesem Zeitraum haben vier themenbasierte ‚Round Tables‘ jeweils drei Sitzungen abgehalten. Die Themen dieser Arbeitskreise waren:

- 1) Verbesserung der Kenntnisse über CSR und Erleichterung von Erfahrungsaustausch und ‚Good Practice‘

⁵⁰ VENRO 2001.

⁵¹ Für eine Liste der Teilnehmer siehe: European Stakeholder Forum 2004, S. 6.

- 2) Förderung von CSR bei Kleinen und Mittleren Unternehmen (KMU)
- 3) Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Transparenz unterschiedlicher CSR-Ansätze und Instrumente
- 4) Entwicklungsaspekte von CSR

Die jeweiligen Resultate wurden als Anhang einer übergreifenden Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse im Abschlussbericht des Forums veröffentlicht. Dabei wird von einer Definition ausgegangen, die CSR von vornherein als freiwillig auffasst.⁵² CSR wird als ein Ansatz gesehen, der dem langfristigen Vorteil der Unternehmen dient; ihnen aber trotzdem erst schmackhaft gemacht werden muss, da kurzfristige Überlegungen häufig deutlich mehr im Vordergrund stehen. Eine Verlagerung der Aufmerksamkeit hin zu nachhaltigem, verantwortlichem Management soll erreicht werden durch Wissens- und Erfahrungsaustausch sowie die Implementierung bereits existierender CSR-Instrumente.

Allerdings wurde auf den Treffen der Widerspruch zwischen ‚verbindlichen‘ und ‚freiwilligen‘ Ansätzen durchaus diskutiert. Vor allem kam die Frage auf, ob freiwillige Maßnahmen nicht der Flankierung durch verbindliche Regeln bedürfen, um nicht in einseitigen Wettbewerbsnachteilen zu resultieren. Es wurde ebenfalls erörtert, inwieweit ‚freiwillige‘ Ansätze in Zuliefererketten und vernetzten Industrien auch Verbindlichkeit erlangen können.⁵³

Der Abschlussbericht nennt als Treiber für CSR Kostenreduktionen durch Ökoeffizienz, den Einsatz innovativer Techniken, Risikominimierung oder Imageerwägungen. Es wird argumentiert, dass das freiwillige Einhalten von Standards den öffentlichen Druck reduzieren und damit pauschale Regulierungsansätze der Regierungen abwenden kann. Als Hindernis wird vor allem die Notwendigkeit tiefer Verankerung von CSR in das Kerngeschäft eines Unternehmens genannt. Diese ist jedoch unbedingt notwendig,

⁵² Siehe European Stakeholder Forum 2004, S. 3: „CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interactions with their stakeholders on a voluntary basis“.

⁵³ Nach Viscount Etienne Davignon et. al.: http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20031113%20speech%20CSR%20Europe.htm.

wenn die ergriffenen Maßnahmen wirksam sein sollen. Die erforderlichen Änderungen in der Organisationsstruktur bedürfen beachtlicher Anstrengungen, die ohne externe Unterstützung häufig nicht zu bewältigen sind. Schließlich tragen die Komplexität des Themas CSR sowie die damit verbundenen Unklarheiten und Streitpunkte dazu bei, dass viele Unternehmen vor einer näheren Beschäftigung damit zurückschrecken.

Der Bericht verdeutlicht, dass eine Integration von CSR in die Geschäftsabläufe eines Unternehmens nur gelingen kann, wenn der Wandel von den obersten Geschäftsführungsebenen mitgetragen wird. Sie muss in das Kerngeschäft integriert werden und darf nicht nur aus karitativen Aktivitäten bestehen. Schließlich erfordert sie besonders hohe Lernbereitschaft in der gesamten Organisation und offene Kommunikation nach außen.

Aus diesen Annahmen leitet das Forum Maßnahmen ab, die sich in drei Bereiche gliedern lassen:

- Steigern des Wissens und Bewusstseins bezüglich CSR. Das beinhaltet ein Verbreiten der relevanten Regelwerke und Texte genauso wie intensiven Stakeholderdialog und den Ausbau der heute existierenden Wissensbasis.
- Weiterentwickeln des Know-hows und der Fähigkeiten, die zur Umsetzung von CSR erforderlich sind. Unternehmen soll untereinander die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch gegeben werden, um dadurch die zur Implementierung erforderlichen Wissenskapazitäten aufzubauen. Außerdem soll entsprechendes Fachwissen bei Beratern sowie Verbänden verankert und verstärkt sowie ins Curriculum betriebswirtschaftlicher Studiengänge aufgenommen werden.
- Schaffen eines Umfeldes, das für CSR förderlich ist. Dazu gehören eine geeignete Rahmenordnung aus Gesetzen und EU-Empfehlungen sowie die Fortsetzung des Stakeholderdialogs unter der Moderation der EU-Institutionen.

Das Forum schlägt schließlich vor, zwei Jahre nach seinem Abschluss ein „Review Meeting“ abzuhalten, um den bis dahin erzielten Fortschritt zu bewerten und neue Trends, Entwicklungen und Innovationen zu evaluieren.

4. Bewertung

Die im Abschlussbericht niedergelegten Ergebnisse stellen einen Minimalkonsens des sehr heterogenen Teilnehmerkreises dar. Nichtregierungsorganisationen können ihn nur unter bestimmten Annahmen mittragen, die sie in ihren Stellungnahmen zum Anschlussbericht darlegen. Darin wird CSR als zusätzliche und nicht als die einzige Möglichkeit begriffen um sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Fortschritt sicherzustellen. Sie befreit die Unternehmen nicht von ihrer ‚Corporate Accountability and Liability‘ und ersetzt keine regulative Rahmenordnung; auch darf sie nicht als Argument gegen eine solche verwendet werden. Schließlich werden Anreize für die Einhaltung von CSR-Normen angeregt, z.B. ihre obligatorische Befolgung bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen, Kreditgarantien oder Subventionen.⁵⁴

Es ist insgesamt begrüßenswert, dass die Europäische Kommission eine Debatte über CSR auf europäischem Niveau in Gang gesetzt hat. Die Etablierung redundanter Standards wurde von Anfang an vermieden, Implementierungsfragen standen über die gesamte Dauer des Konsultationsprozesses im Mittelpunkt. Nun ist zu hoffen, dass die EU-Behörden auf die Empfehlungen des Forums aufbauen und aktiv zur Verbreitung von CSR in Europa beitragen. Dazu sollte auch die Bereitstellung finanzieller Ressourcen gehören, die zur Unterstützung des Erfahrungsaustauschs zwischen den Stakeholdern oder zur Förderung CSR-orientierter Beratungsleistungen eingesetzt werden können. Damit wird zweifelsfrei eine wertvolle Investition in den Wirtschaftsstandort Europa getätigt – schließlich besteht unter den Teilnehmern am Konsultationsprozess verblüffende Einigkeit darüber, dass sich CSR für Unternehmen auszahlt.

⁵⁴ Green 8 2004.

Literatur

Adidas-Salomon AG: Response to The Commission of the European Communities' Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Herzogenaurach 2001

Bundesrepublik Deutschland: Stellungnahme zum Grünbuch der Kommission "Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen" KOM (2001) 366 ENDG. Berlin 2002

European Multistakeholder Forum on CSR: Final results & recommendations. 2004 (http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20final%20report.pdf)

Europäische Kommission: Europäische Rahmenbedingungen für soziale Verantwortung der Unternehmen (Grünbuch). Luxemburg 2001.

Europäische Kommission: Mitteilung des Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. Brüssel 2002

Green 8 Position Paper on Corporate Social Responsibility & The EU Multi-Stakeholder Forum Process. 2004 (http://www.foeeurope.org/publications/2004/Green8_EUCSR_final.pdf)

Siemens AG: Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility -- Siemens Statement. München 2001

Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO): Stellungnahme zum Grünbuch der EU-Kommission Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. Bonn, 2001

Die „Normen der Vereinten Nationen für die Verantwortlichkeiten transnationaler Konzerne und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte“: Ein wirksames Instrument zur politischen Steuerung der Globalisierung?

Elisabeth Strohscheidt

1. Einleitung

Macht und Einfluss transnationaler Konzerne sind in den letzten Jahrzehnten bedeutend gewachsen und reichen heute in alle Länder und fast alle Bereiche menschlichen Lebens hinein. Unternehmensinteressen beeinflussen staatliche Politik in vielerlei Hinsicht. Parteispenden und Lobbyismus sind augenfällige Merkmale solchen Einflusses.

Die Umsetzung und Möglichkeiten zur Wahrnehmung international anerkannter Menschenrechte kann und wird durch Aktivitäten und Einfluss von Unternehmen, insbesondere Transnationalen Konzernen (TNK) beeinflusst – im Guten wie im Schlechten. Nicht zuletzt aufgrund der „globalisierten Informationsgesellschaft“ wächst die Zahl der Unternehmen, die sich aktiv ihrer sozialen Verantwortung stellen, denn diese Informationsgesellschaft kann – nachgewiesenes oder auch nur behauptetes – Fehlverhalten von Unternehmen sehr schnell weltweit bekannt machen. Neben Umweltstandards werden auch Menschenrechtsfragen zunehmend als zu berücksichtigende Faktoren im Risikomanagement eines Unternehmens gesehen.

Fälle, in denen Unternehmen Menschenrechte verletzen, von Menschenrechtsverletzungen profitieren oder diese stillschweigend dulden, sind weithin bekannt. Einige Beispiele:

- Ein großer Teil des Spielzeuges, das sich in europäischen und amerikanischen Kinderzimmern wiederfindet, wird unter menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in Asien, vor allem in China, hergestellt.⁵⁵
- Der blutige Bürgerkrieg in der DR Kongo wird vor allem über die Ausbeutung der Rohstoffe des Landes finanziert.
- Der Bau von Großstaudämmen in Ländern wie Brasilien oder Indien macht nach wie vor die Umsiedlung Tausender Menschen erforderlich. Viele der Betroffenen werden im Vorfeld nicht um ihre Zustimmung gefragt und nicht angemessen entschädigt. Umweltschäden kommen hinzu.
- Trotz einer von der Weltbank eingesetzten unabhängigen Beratergruppe im Rahmen des auch mit Weltbankmitteln finanzierten Erdölprojektes Tschad/Kamerun ist nicht sichergestellt, dass die Erlöse aus der Erdölförderung des Tschad tatsächlich vorrangig der armen Bevölkerung der beiden Länder zugute kommen – wie von der Weltbank gefordert. Erste Zahlungen waren von der Regierung des Tschad zweckentfremdet worden und nicht zur Armutsbekämpfung sondern für Waffenkäufe verwendet worden. Auf Druck der Zivilgesellschaft wurde dieser Fehler später korrigiert. Während der Phase des Baus der 2000 km langen Pipeline von den Erdölquellen des Tschad an die Küste Kameruns hatten die Menschenrechtsverletzungen abgenommen – nicht zuletzt aufgrund der großen öffentlichen Aufmerksamkeit für das Projekt. Nun, nachdem die Pipeline fertig gestellt ist, das Öl fließt und das öffentliche Interesse nachlässt, wird wieder verstärkt von Menschenrechtsverletzungen berichtet. Die an dem Projekt beteiligten Ölkonzerne tragen in einigen Fällen eine Mitverantwortung.⁵⁶
- Auch aus Nigeria, insbesondere dem Niger-Delta, sowie aus anderen Ländern des Golf von Guinea, werden nach wie vor Menschenrechtsverletzungen gemeldet, für die auch hier die Regierungen nicht

⁵⁵ Zur Kampagne „fair spielt“ - einer von Misereor, der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung, der Katholischen Frauengemeinschaft Deutschland, dem Nürnberger Bündnis Fair Toys sowie der Werkstatt Ökonomie getragenen Kampagne für faire Bedingungen in der asiatischen Spielzeugindustrie - vgl. u.a.: www.woek.de.

⁵⁶ Vgl. Martin Zint, Erdöl aus dem Herzen Afrikas – der Tschad im Club der Ölproduzenten, in: Friedensforum 1/2004 sowie: Brot für die Welt (Hrsg.), Wem gehört das Schwarze Gold? WeltThemen 4 (verfasst von Martin Petry), Brandes & Apsel Verlag, Frankfurt a.M. 2003.

allein die Verantwortung tragen, sondern – wissentlich oder unwissentlich – auch die an der Ölförderung beteiligten Konzerne.⁵⁷

- Mehr als 20 Jahre nach dem Giftgas-Unfall im indischen Bhopal – einem der größten Unfälle in der Geschichte der modernen Chemie-Industrie - warten die Überlebenden noch immer auf angemessene medizinische Hilfe und finanzielle Entschädigung. Damals, im Dezember 1984, starben innerhalb der ersten Tage nach dem Austritt der Giftgaswolke 7.000 Menschen einen qualvollen Tod. 15.000 weitere Menschen sind seither an den mittel- und langfristigen Folgen der Vergiftung gestorben; Tausende leiden bis heute unter chronischen Erkrankungen. Ganze Familien hat die unverschuldete Krankheit in bittere Armut gestürzt. Die US-amerikanischen Chemiekonzerne Union Carbide Corporation (UCC) und DOW-Chemical (die UCC 2001 übernommen hat) haben sich bislang erfolgreich ihrer Verantwortung entzogen.⁵⁸

Dies alles belegt, dass die Globalisierung besserer und auch strengerer Spielregeln bedarf, als sie bislang zur Verfügung stehen, um vor allem die Firmen zur Rechenschaft ziehen zu können, die sich ihrer Verantwortung nicht freiwillig stellen. In spezifischer Weise gilt dies auch für zerfallene und zerfallende Staaten, d.h. für Staaten, in denen keine funktionierenden oder nur noch sehr schwache staatlichen Ordnungsstrukturen bestehen, in denen der „globalisierte Markt“ jedoch teilweise bestens funktioniert. Hier greift die nationalstaatliche Verantwortung für die Menschenrechte allein nicht mehr. Es bedarf dort zum einen des Wiederaufbaus und der Stärkung demokratischer staatlicher Strukturen, es bedarf jedoch auch internationaler Regelungsmechanismen, die verhindern, dass Firmen von den bestehenden Unrechtsstrukturen profitieren oder diese durch ihr Zutun – willentlich oder unwillentlich – stärken.

Bereits 1999 hatte das Weltentwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) eine stärkere politische Steuerung der wirtschaftlichen Globalisierung eingefordert. „Die Globalisierungswelle der letzten ein oder zwei Jahrzehnte ist nur der Anfang. Die global integrierte Welt wird eine stärkere politische Steuerung brauchen, wenn sie die Vorteile des weltweiten Marktwettbewerbs beibehalten und die Kräfte der Globalisierung für die

⁵⁷ Vgl. Ian Gary, Catholic Relief Services, *Bottom of the Barrel – Africa’s Oil Boom and the Poor*, o. O., Juni 2003 sowie: Amnesty International, *Nigeria – Are human rights in the pipeline?* London, November 2004, ai-Index AFR 44/020/2004.

⁵⁸ Vgl. amnesty international, *Clouds of Injustice – Bhopal disaster 20 years on*, November 2004, ai-Index: ASA 20/015/2004.

Unterstützung menschlichen Fortschritts nutzen möchte“, so UNDP.⁵⁹ Der 2004 veröffentlichte Bericht der von der ILO eingesetzten „Weltkommission zur sozialen Dimension der Globalisierung“ zielt in eine ähnliche Richtung.

Ein Zeichen dafür, dass sich mehr und mehr Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung stellen, ist die seit gut 10 Jahren stetig steigende Zahl freiwilliger Verhaltenskodizes. Manche von ihnen sind vielleicht erst einmal Lippenbekenntnisse von Unternehmen, um drohendem Imageverlust entgegenzuwirken. Andere zielen von Beginn an ernsthaft auf eine verbesserte und transparente Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards sowie von Menschenrechten durch das Unternehmen. Freiwillige Verhaltenskodizes von Unternehmen oder ganzer Branchen können konkrete Verbesserungen vor allem im Arbeitsleben vieler Menschen bewirken. Inhalt und Reichweite der Kodizes sind jedoch sehr unterschiedlich. Nur ein geringer Teil der Kodizes nimmt explizit Bezug auf die ILO-Kernarbeitsnormen oder auf Menschenrechte allgemein. Eine unabhängige Kontrolle sehen nur wenige vor. UNDP hatte in dem o.g. Bericht von 1999 zu Recht darauf hingewiesen, dass transnationale Konzerne zu wichtig sind, um ihr Verhalten allein freiwilligen Verhaltensregeln zu überlassen.

Die im Jahr 2000 in ihrer überarbeiteten Form verabschiedeten OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind zwar auch freiwillig, haben aber die explizite Unterstützung aller OECD-Staaten sowie von acht weiteren Staaten, die sich explizit zur Förderung und Unterstützung der Leitsätze bekannt haben. Alle diese Staaten haben sich verpflichtet, die Leitsätze bekannt zu machen, ihre Einhaltung zu fördern und zur Überprüfung nationale Kontaktstellen einzurichten. Der Forderung nach politischer Steuerung kommen die Leitsätze damit schon einen guten Schritt näher als freiwillige Verhaltenskodizes. Allerdings sprechen die OECD-Leitsätze Menschenrechte nur sehr allgemein und unkonkret an. Zudem zeigt die inzwischen rund fünfjährige Praxis des Umgangs mit den Leitsätzen, dass sie aufgrund des sogenannten „Investment-Nexus“ für Handelsbeziehungen nur schwer anwendbar sind. Jedenfalls werden Beschwerden über Verstöße gegen die Leitsätze, die bei den nationalen Kontaktstellen eingereicht werden, von diesen häufig mit der Begründung eines fehlenden oder zu geringen Investitions-Bezuges gar nicht erst behandelt.

⁵⁹ Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e.V., Bericht über die Menschliche Entwicklung 1999, Veröffentlichung für das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (United Nations Development Program – UNDP), Bonn 1999, S. 17.

Auch der 1999 von UN-Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufene „Global Compact“ reicht zur politischen Steuerung der Globalisierung nicht aus. Als Lern- und Dialogforum konzipiert, verzichtet der Pakt bewusst auf Kontrollen oder gar Sanktionen. Er erreicht zwar eine zunehmend größere Zahl von Unternehmen. Inzwischen sind es knapp 2.000, die dabei sind – unter ihnen viele kleine und mittlere Unternehmen aus Ländern des Südens. Gemessen an der Zahl von allein ca. 65.000 TNK weltweit scheint jedoch die Akzeptanz des Global Compact in der Wirtschaft insgesamt weiterhin relativ gering. Insbesondere im Bereich der Menschenrechte weist der Global Compact nach wie vor erhebliche Umsetzungsprobleme auf. Es ist der Konzeption als Lern- und Dialogforum immanent, dass der Global Compact vor allem die Unternehmen erreicht, die den Themen Menschenrechte, ArbeitnehmerInnenrechte und Umweltschutz offen gegenüberstehen, sowie einige Trittbrettfahrer, die sich Vorteile von der Mitarbeit in der Initiative des UN-Generalsekretärs versprechen. Die schlimmsten Menschenrechtsverletzer werden durch den Global Compact kaum wirklich erreicht werden können.⁶⁰

Ergänzende Instrumentarien zur Stärkung der Verantwortlichkeit von Unternehmen und ihrer Rechenschaftspflicht im sozialen und menschenrechtlichen Bereich sind also dringend nötig. Es gilt, den gewachsenen Rechten von Wirtschaftsunternehmen – z.B. im Rahmen von WTO-Abkommen und von bilateralen Handelsverträgen – entsprechende Pflichten im sozialen Bereich an die Seite zu stellen.

Die im August 2003 von der UN-Unterkommission zur Förderung und zum Schutz der Menschenrechte angenommenen „Normen der Vereinten Nationen für die Verantwortlichkeiten transnationaler Unternehmen und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte“ (kurz: UN-Normen zur Unternehmensverantwortung) könnten die bestehende Lücke schließen.

⁶⁰ Zu einer grundlegenden Kritik am Ansatz des Global Compact vgl. u.a. den Beitrag von Jens Martens (World Economy, Ecology and Development – WEED) in: amnesty international und Deutscher Gewerkschaftsbund (Hrsg.), Global Compact = Globales Wirtschaften + Globale Verantwortung? Dokumentation einer gemeinsamen Fachtagung von ai und DGB, Bonn, Juli 2003, S. 91 ff.

2. Die UN-Normen zur Unternehmensverantwortung

Entstehung

Im August 1998 beschloss die Unterkommission zur Förderung und zum Schutz der Menschenrechte (Unterkommission) mit Resolution Nr. 1998/8, eine Arbeitsgruppe einzurichten, die die Arbeitsmethoden und Aktivitäten Transnationaler Konzerne in Hinblick auf deren Verpflichtung zur Einhaltung und Förderung der Menschenrechte untersuchen sollte. Die Arbeitsgruppe besteht aus fünf von Regierungen vorgeschlagenen unabhängigen Experten aus fünf Weltregionen, die zugleich Mitglieder der Unterkommission sind. Sie wurde anfänglich für drei Jahre eingesetzt; ihr Mandat wurde 2001 und 2004 jedoch verlängert. Zu ihren Aufgaben gehörte es u.a. Empfehlungen und Vorschläge für verbindliche Regelungsmechanismen zu entwickeln, mit denen sichergestellt werden kann, dass die Aktivitäten von (transnationalen) Unternehmen nicht in Widerspruch zur Verwirklichung international verbriefteter Menschenrechte geraten. Des Weiteren sollte die Arbeitsgruppe auch Möglichkeiten zur Überwachung des von ihr vorzuschlagenden Regelwerkes analysieren.

Die Unterkommission selbst besteht ebenfalls aus unabhängigen Experten und arbeitet im Auftrag der jährlich im März/April in Genf tagenden – und aus Regierungsvertretern zusammengesetzten – Menschenrechtskommission. Ein Ergebnis der Arbeit der Unterkommission sind die o.g. UN-Normen zur Unternehmensverantwortung.

Entwürfe zu den UN-Normen waren u.a. in vier öffentlichen Anhörungen der Arbeitsgruppe sowie in öffentlichen Sitzungen der Unterkommission diskutiert worden. Die Diskussionen fanden unter breiter Beteiligung von Wissenschaftlern, Nichtregierungsorganisationen sowie von Gewerkschaften, Unternehmen und deren Verbänden statt. „Die Entwicklungsgeschichte der Norms kann damit als ein weiteres deutliches Indiz für die Richtigkeit der zunehmend im wissenschaftlichen Schrifttum vertretenen Auffassung angesehen werden, dass sich der Kreis der für die Rechtsbildung und Rechtsentwicklung im internationalen System relevanten Akteure über den Staat hinausgehend erweitert“, so Karsten Nowrot vom Institut für Wirtschaftsrecht der Juristischen Fakultät der Universität Halle-Wittenberg.⁶¹

⁶¹ Karsten Nowrot, Die UN-Norms on the Responsibility of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights – Gelungener Beitrag zur transnationalen Rechtsentwicklung oder das Ende des Global Compact?, Martin-

Inhalt⁶²

Die primäre Verantwortung für Achtung, Schutz und Förderung der Menschenrechte liegt bei den Regierungen. Denn sie sind es, die die Menschenrechtskonventionen der Vereinten Nationen und regionale Menschenrechtsabkommen ratifizieren und sich damit verpflichten, die dort verbrieften Rechte in nationales Recht umzusetzen und für die Einhaltung auch durch Dritte Sorge zu tragen. Staaten haben die Pflicht, alle Menschenrechte zu achten, zu schützen und zu ihrer vollen Verwirklichung beizutragen (engl.: „respect“, „protect“ and „fulfil“). Die Normen halten durchgängig an diesem Primat der staatlichen Verantwortung fest. Das Neue an ihnen ist, dass sie darüber hinaus auch den Unternehmen innerhalb des eigenen Tätigkeits- und Einflussbereiches ebenfalls eine Verpflichtung zu Achtung, Schutz und Förderung der Menschenrechte zuschreiben. Diese Unternehmenspflichten erschöpfen sich nicht in der Negativpflicht, durch eigene Aktivitäten Menschenrechte nicht zu verletzen beziehungsweise wissenschaftlich oder fahrlässig von Menschenrechtsverletzungen durch Staaten zu profitieren. Vielmehr wird den Unternehmen auch die positive Verhaltenspflicht auferlegt, „ihren bestehenden Einfluss auf innerstaatlicher wie internationaler Ebene zugunsten der Verwirklichung der Menschenrechte geltend zu machen. Damit wird der sicherlich ambitionierte, wenngleich durchaus begrüßenswerte Versuch unternommen, den aus dem enormen ökonomischen Potential gerade der großen transnationalen Unternehmen erwachsenen Einfluss dieser Wirkungseinheiten [...] zugunsten der Förderung und Durchsetzung der Menschenrechte fruchtbar zu machen.“⁶³

Keine der Normen ist wirklich neu. Vielmehr basieren sie auf einer Vielzahl bereits existierender UN-Konventionen und Erklärungen, aber auch auf Dokumenten des regionalen Menschenrechtsschutzes sowie auf freiwilligen Verhaltenskodizes oder Initiativen von Nichtregierungsorganisationen. Die Präambel des ergänzenden Kommentars nennt als Grundlage der Normen weit mehr als 30 solcher Instrumente. Aus all diesen bestehenden

Luther-Universität Halle-Wittenberg, Beiträge zum Transnationalen Wirtschaftsrecht, Heft 21, September 2003, S. 10.

⁶² Zu Inhalt und Mehrwert der UN-Normen vgl. u.a. Zeitschrift Entwicklungspolitik, Reihe: Dritte Welt Informationen, Heft 3/4/2005, in Kooperation mit dem AK „Wirtschaft und Menschenrechte“ im Forum Menschenrechte: „UN-Normen für die Wirtschaft – Menschenrechtliche Verantwortung von Unternehmen“, erschienen im April 2005. Bezugsadresse: Forum Menschenrechte, Haus der Demokratie und Menschenrechte, Greifswalder Str. 4, 10405 Berlin.

⁶³ Karsten Nowrot, a.a.O., S. 13-14.

Konventionen und Erklärungen hat die Arbeitsgruppe 23 Normen (inklusive 5 Normen mit Definitionen der wichtigsten Grundbegriffe) komprimiert, die konkret Unternehmensverhalten betreffen (können). In einem umfassenden Kommentar wird jede Norm erläutert und es werden Hilfestellungen für die Umsetzung gegeben.⁶⁴

Die Normen gehen von einem breiten Menschenrechtsverständnis aus. Sie umfassen die bürgerlich-politischen Menschenrechte sowie die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Menschenrechte. Zudem stellen sie den Bezug zwischen unternehmerischem Handeln und dem Recht auf Entwicklung her. Des Weiteren sprechen die Normen Fragen von Umweltschutz, Verbraucherschutz und Korruptionsbekämpfung an. Sie beziehen sich auf Quellen unterschiedlicher Rechtsverbindlichkeit, was in den Augen Einiger als Problem gesehen wird.

Die Normen beziehen sich in erster Linie auf transnationale Konzerne (TNK). Nach einiger Diskussion innerhalb der Arbeitsgruppe wurden jedoch bewusst auch „andere Unternehmen“, darunter Tochtergesellschaften sowie Zulieferer und Unterauftragnehmer von TNK, als Adressaten aufgenommen.

Mit dem konkreten Hinweis auf den jeweiligen Tätigkeits- und Einflussbereich eines Unternehmens (s. Wortlaut Norm 1) erkennen die Normen explizit an, dass unterschiedliche Unternehmen ggf. unterschiedliche Verantwortungen und Verpflichtungen haben. Die Norm 1 ist auch deshalb so wichtig, weil sie den Vorrang der staatlichen Verantwortung nochmals deutlich macht.

⁶⁴ Text der Normen und des Kommentars s. u.a. <http://www.business-humanrights.org/Gettingstarted/UnitedNationsNorms>. Eine deutsche Übersetzung ist erschienen bei: Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen, „Normen der Vereinten Nationen für die Verantwortlichkeiten transnationaler Unternehmen und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte“ (Blaue Reihe Nr. 88) (Bezug gegen Schutzgebühr von 2,50 € bei: DGVN, Zimmerstr. 26/27, 10969 Berlin; www.dgvn.de, e-mail: info@dgvn.de).

Norm 1 im Wortlaut:⁶⁵

Allgemeine Verpflichtungen:

„Die Staaten tragen die Hauptverantwortung für die Förderung der im Völkerrecht wie im innerstaatlichen Recht anerkannten Menschenrechte, die Sicherung ihrer Einhaltung, ihre Achtung und die Gewährleistung ihrer Achtung sowie ihren Schutz, namentlich auch für die Gewährleistung dessen, dass transnationale Unternehmen und andere Wirtschaftsunternehmen die Menschenrechte achten. Innerhalb ihres jeweiligen Tätigkeits- und Einflussbereiches sind transnationale Unternehmen und andere Wirtschaftsunternehmen verpflichtet, die im Völkerrecht wie im innerstaatlichen Recht anerkannten Menschenrechte zu fördern, ihre Einhaltung zu sichern, sie zu achten, ihre Achtung zu gewährleisten und sie zu schützen, einschließlich der Rechte und Interessen indigener Völker und anderer schwächerer Gruppen.“

Die Normen im Überblick:

Norm 1	Allgemeine Verpflichtungen
Norm 2	Recht auf Chancengleichheit und nichtdiskriminierende Behandlung
Normen 3 – 4	Recht auf Sicherheit der Person (u.a. Verbot der Bereicherung durch Kriegsverbrechen, Völkermord u.a.)
Normen 5 – 9	Arbeitnehmerrechte (u.a. Verbot der Zwangs- und Pflichtarbeit und der Kinderarbeit)
Normen 10 – 12	Achtung der nationalen Souveränität sowie der Menschenrechte
Norm 13	Verpflichtungen in Bezug auf den Verbraucherschutz
Norm 14	Verpflichtungen in Bezug auf den Umweltschutz
Normen 15 – 19	Allgemeine Umsetzungsbestimmungen
Normen 20 – 23	Definitionen

Von zentraler Bedeutung für die Umsetzung sind die Normen 15 bis 19. Während die Norm 15 und die Kommentare dazu die firmeninterne Um-

⁶⁵ Zitiert nach: Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen, Blaue Reihe, Nr. 88: Normen der Vereinten Nationen für die Verantwortlichkeiten transnationaler Unternehmen und anderer Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die Menschenrechte, Berlin 2004.

setzung betreffen, fordert die Norm 16 ein regelmäßiges und unabhängiges Monitoring sowie ein Beschwerdeverfahren. Die Kommentare zur Norm 16 regen u.a. ein regelmäßiges (firmenunabhängiges) Berichtswesen an. Dies könnte z.B. über Staatenberichte erfolgen, oder über die verschiedenen thematischen Mechanismen der UN. Als Überwachungsinstanz wird z.B. ein UN-Sonderberichtersteller oder eine Arbeitsgruppe aus unabhängigen Experten vorgeschlagen. Des Weiteren soll es ein Beschwerdeverfahren geben, das die Vertraulichkeit der Beschwerde und den Schutz der Beschwerdeführenden sicherstellt und das bei Feststellung eines Verstoßes gegen eine Norm im entsprechenden Bedarfsfall auch eine Entschädigung der Opfer vorsieht. (s. Norm 18). Im Streitfall wird eine Schlichtung angestrebt, im Rahmen derer die beschuldigten Unternehmen und die betroffene/n Regierung/en ebenso gehört werden sollen wie die Beschwerdeführenden. Nur wenn sich keine gütliche Einigung erzielen lässt, sollen bei Bedarf nationale Gerichte oder auch ein internationales Gericht über die Beschwerde, resp. eine Entschädigung, entscheiden.

Stand der Diskussion

Am 13. August 2003 billigte die UN-Unterkommission zur Förderung und zum Schutz der Menschenrechte mit der Resolution 2003/16 im Konsens die UN-Normen zur Unternehmensverantwortung („UN Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights“) in der von ihrer Arbeitsgruppe vorgeschlagenen Form.⁶⁶ Zugleich verwies die Unterkommission den Text zur weiteren Beratung an das nächsthöhere UN-Gremium, die UN-Menschenrechtskommission (MRK). In ihr diskutieren nun seit 2004 Regierungen dieses UN-Dokument. Seither wird die Diskussion mehr als zuvor von (national- wie wirtschafts-) politischen Interessen mitbestimmt. Die 60ste Sitzung der Menschenrechtskommission hat im letzten Jahr noch nicht über die Normen abgestimmt, sondern das Büro der Hochkommissarin für Menschenrechte beauftragt, eine Studie über bestehende Instrumente zur Regulierung der Verantwortlichkeiten von transnationalen und anderen Wirtschaftsunternehmen zu erstellen. Angesichts der divergierenden Meinungen und Interessen sowie der Tatsache, dass eine Reihe von Regierungen noch keine feste Position zu den Normen hatten, war dies die beste Entscheidung, die die MRK treffen konnte. Die Studie der Hochkommissarin diene

⁶⁶ UN.Doc.E/CN.4/Sub.2/2003/L.11at52(2003), Quelle: <http://www1.umn.edu.humanrts/links/res2003-16.html>.

als Grundlage der Diskussion auf der diesjährigen Sitzung der UN-Menschenrechtskommission.⁶⁷

Unternehmensverbände, wie International Chamber of Commerce (ICC), International Organization of Employers (IOE) und United States Council for International Business (USCIB), haben wiederholt ihre grundsätzliche Ablehnung der UN-Normen zum Ausdruck gebracht. Diese Ablehnung stützen sie z.T. auf falsche Sachinformationen.⁶⁸ Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) lehnen die Normen ebenfalls ab. Ähnliches gilt für einzelne deutsche Unternehmen, wie z.B. die BASF.

Andere Wirtschaftsunternehmen und –verbände bewerten die Normen positiv und haben konstruktiv zu ihrer Entstehung beigetragen. Hierzu zählen das Prince of Wales Business Leaders Forum und die Novartis Foundation, ebenso wie die Business Leaders Initiative for Human Rights. In ihr haben sich inzwischen mehr als zehn namhafte TNK zusammengeschlossen, um die UN-Normen einem Praxistest zu unterziehen. Erste Ergebnisse liegen inzwischen vor.⁶⁹ Immer noch werden die UN-Normen – vor allem von deren Gegnern – häufig als Alternative zum Global Compact diskutiert, bzw. als Instrument, das dessen lernorientierte und auf Freiwilligkeit beruhenden Ansätze in Gefahr bringen kann. Das Global Compact Office selbst sagt jedoch deutlich, dass der Pakt nicht als Alternative zu anderen, regulierenden Initiativen gedacht ist, sondern komplementär dazu wirken soll.

⁶⁷ Vgl. United Nations, Commission on Human Rights, Sixty-first session, Report of the United Nations High Commissioner on Human Rights on the responsibilities of transnational corporations and related business enterprises with regard to human rights. Advanced edited version, E/CN.4/2005/91 of 15 February 2005 (abrufbar u.a. über die Homepage der Hochkommissarin der Vereinten Nationen für Menschenrechte (<http://www.unhchr.ch>)).

⁶⁸ Sir Geoffrey Chandler, früherer Top-Manager des Ölkonzerns Shell und lange Jahre Sprecher einer Arbeitsgruppe der britischen Sektion von Amnesty International zu Fragen von Wirtschaftsbeziehungen und Menschenrechten, stellt in einem öffentlichen Kommentar vom 20. November 2003 einige dieser falschen Behauptungen richtig. vgl. *Sir Geoffrey Chandler*, Commentary on the United States Council for International Business „Talking Points“ on the United Nations Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights. Quelle: <http://209.238.219.111/Chandler-commentary-on-USCIB-Talking-Points.html>, am 04.12.03.

⁶⁹ Siehe www.BLIHR.org.

Auch von Seiten der Gewerkschaften gab und gibt es ernst zu nehmende Einwände gegen die UN-Normen. Diese beziehen sich z.T. auf Detailfragen, die hoffentlich leicht zu klären und zu lösen sein werden. Auf einer öffentlichen Anhörung der Hochkommissarin für Menschenrechte im Oktober 2004 hat der Vertreter des Internationalen Bundes Freier Gewerkschaften jedoch auch seine grundlegende Skepsis über den Mehrwert der Normen zum Ausdruck gebracht und auf den Wert der ILO-Konventionen verwiesen, die eine konkrete Umsetzung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte seien. Die Normen, so sein Vorwurf, würden nicht die gesamte Allgemeine Erklärung der Menschenrechte umfassen, andererseits aber auch auf andere Dokumente als die Allgemeine Erklärung Bezug nehmen.⁷⁰

Die ILO-Konventionen, insbesondere die ILO-Kernarbeitsnormen, gehören zweifellos zu den stärksten Instrumentarien, die zur Durchsetzung von Menschen- und ArbeitnehmerInnenrechten zur Verfügung stehen. Eine Reduzierung der menschenrechtlichen Verpflichtungen von Unternehmen auf die ILO-Konventionen lässt jedoch die Tatsache außer acht, dass ArbeitnehmerInnenrechte zwar Menschenrechte sind, aber längst nicht alle Menschenrechte werden durch die ILO abgedeckt. Wünschenswert und nötig wäre ein konstruktives Zusammenwirken von ILO und UN in der Weiterentwicklung verbindlicher Instrumentarien zur Unternehmensverantwortung auf breiter internationaler Basis.

Aus Sicht vieler NRO besteht der Mehrwert der Normen vor allem darin,

- dass sie komprimiert die für unternehmerisches Handeln wesentlichen Punkte aus den vielen verschiedenen relevanten Dokumenten bündeln
- dass sie transparent und fokussiert sind
- dass sie alle Menschenrechte umfassen
- dass sie auch Umweltschutz und Verbraucherschutz ansprechen
- dass sie universell anwendbar sind
- dass sie sowohl bei Direktinvestitionen als auch bei Handelsbeziehungen greifen
- dass sie die Opfer von Menschenrechtsverletzungen in Zusammenhang mit unternehmerischem Handeln stärken (u.a. durch die in den Kommentaren enthaltenen konkreten Hinweise und Hilfen zur

⁷⁰ Für eine Zusammenfassung der o.g. Anhörung s. ebenfalls: <http://www.business-humanrights.org/Gettingstarted/UnitedNationsstakeholderconsultation>.

möglichen Umsetzung sowie durch das angedachte Beschwerdeverfahren)

- dass sie neben Regierungen auch Unternehmen direkt ansprechen
- und dass sie die im Rahmen der wirtschaftlichen Globalisierung gewachsenen Rechte von Unternehmen durch soziale Verantwortlichkeiten und Pflichten ergänzen.

Ausblick

Der am 15. Februar 2005 in einer autorisierten Vorfassung („Advance Edited Version“) veröffentlichte Bericht des Büros der Hochkommissarin für Menschenrechte (Office of the High Commissioner for Human Rights – OHCHR)⁷¹ weist vier Schlüssel-Instrumente zur menschenrechtlichen Verantwortung von Unternehmen aus und empfiehlt, dass die Menschenrechtskommission diesen in ihren weiteren Beratungen besondere Aufmerksamkeit widmet und sie in Inhalt und Reichweite vergleicht. Dies sind:

- die Dreigliedrige Erklärung der ILO über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit (1998)⁷²
- die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
- der Global Compact
- die UN-Normen zur Unternehmensverantwortung.

Der Bericht kommt zu dem Ergebnis, dass nach wie vor nicht abschließend geklärt ist, was die internationale Gemeinschaft von der Wirtschaft in Bezug auf deren menschenrechtliche Verpflichtungen erwarten kann und darf. Er legt nahe, die Diskussion mit allen Interessensgruppen (stakeholdern) offen und transparent weiterzuführen.

Die 61ste Menschenrechtskommission, die im März/April 2005 in Genf tagte, hat beschlossen, die Diskussion im Sinne des o.g. Berichtes fortzuführen. Sie hat empfohlen, einen Sonderberater des UN-Generalsekretärs

⁷¹ Siehe Fußnote 67.

⁷² Diese Erklärung wurde 1998 auf der 86sten Tagung der ILO ohne Gegenstimme angenommen. Damit bekennen sich alle Mitgliedsstaaten der Organisation ausdrücklich zu jenen vier tragenden Grundprinzipien, die Selbstverständnis und Handeln der ILO seit ihrer Gründung bestimmen und in den „ILO-Kernarbeitsnormen“ verbindlich festgeschrieben sind: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen; Beseitigung der Zwangsarbeit; tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit; Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.

einzusetzen, der sich in umfassender Weise mit der Frage der menschenrechtlichen Verantwortung von Unternehmen befassen soll. Das Mandat wurde recht offen formuliert. Nach Auffassung des Berichtes der Hochkommissarin für Menschenrechte und vieler anderer Experten bedürfen vor allem zwei Begriffe, resp. Konzepte dringend der Klärung:

- Was genau ist unter „Einflussbereich“ eines Unternehmens zu verstehen?
- Wann wird ein Unternehmen zum „Komplizen“ bei einer Menschenrechtsverletzung?

Des Weiteren besteht hinsichtlich der UN-Normen weiterer Diskussions- und Klärungsbedarf in Bezug auf deren mögliches interne und externe Monitoring sowie hinsichtlich des vorgeschlagenen Beschwerdemechanismus. Hier scheint eine Weiterentwicklung der Vorschläge der Unterkommission sinnvoll, ohne jedoch die Normen im Kern zu verändern.

Die o.g. BLIHR hat eine hilfreiche Unterscheidung getroffen, die es einem Unternehmen erleichtern kann, das komplexe Menschenrechtsthema in der Praxis zu handhaben. Sie hat eine Matrix aufgestellt, die die Pflichten und Verantwortlichkeiten eines Unternehmens in drei Grundkategorien unterteilt. Die erste enthält die „Essentials“, also das, was das Unternehmen in jedem Fall tun muss, um seinen menschenrechtlichen Verpflichtungen gerecht zu werden. Die zweite Kategorie enthält Dinge, die von einem Unternehmen vernünftiger Weise erwartet werden können. Die dritte Kategorie enthält das, was zwar wünschenswert – aber nicht unbedingt notwendig – ist. In diese Kategorie fallen i.d.R. auch philanthropische Unternehmensaktivitäten, die das Kerngeschäft nicht betreffen. Mit welchen konkreten Inhalten die drei Kategorien gefüllt werden müssen und können, hängt stark von der Branche, der Größe und dem Einfluss des Unternehmens sowie dem politischen Umfeld der Geschäftstätigkeit ab. In ihrem Praxistest ziehen die in der BLIHR beteiligten Unternehmen u.a. auch die UN-Normen zu Rate, um die Matrix mit Inhalt und Leben zu erfüllen. Ein nachahmenswertes Beispiel.

Global Reporting Initiative: Berichterstattung in Zeiten der Globalisierung

Frank Werner

Transparenz ist das Grundprinzip nicht nur einer Aktionärs-gesellschaft, sondern auch einer Bürgergesellschaft. Beide haben sich in den vergangenen fünfzehn Jahren mit dem stetigen Anwachsen der globalen Finanz- und Warenströme auf jeweils eigene Weise entwickelt: Im Finanzsektor verloren nationale Kreditgeschäfte in den 1990er Jahren zunehmend ihre Bedeutung. Entscheidend, zumindest für die großen Unternehmen, wurde der internationale Kapitalmarkt. Gleichzeitig entstand in Deutschland mit dem Börsengang der Deutschen Telekom zum ersten Mal eine „bürgerliche“ Aktionärs-gesellschaft. Parallel zum erstarkten Interesse deutscher Bürger an den Vorgängen in börsennotierten Unternehmen entwickelte sich, begünstigt durch das Internet, eine Art Weltöffentlichkeit, die aufmerksam beobachtet, wie internationale Konzerne vorgehen. Soweit die kurze Beschreibung einer sanften Revolution, getrieben von marktwirtschaftlichen Impulsen.

1. Die Anfänge der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Begonnen hat die Berichterstattung Anfang der 1990er Jahre in Deutschland als umweltbezogene Rechnungslegung – vorwiegend mittelständischer Unternehmen. Parallel veröffentlichten insbesondere die Unternehmen der Chemiebranche Hochglanzbroschüren, in denen sie ihren Einsatz für Mensch, Umwelt und Gesundheit darstellten. Welchen Hebel die Berichterstattung darstellt, realisierte die europaweite Öko-Audit-Verordnung (EMAS – Environmental Management and Audit Scheme), die an den Abschluss eines Managementkreislaufs mit der standortbezogenen Umwelterklärung eine öffentliche Berichterstattung setzte – in der Hoffnung, die Unternehmen würden durch den Druck der Öffentlichkeit zur Einhaltung ihrer Versprechen und damit zur kontinuierlichen Verbesserung gezwungen. Dies ist im Zusammenhang mit EMAS zwar so nicht

eingetreten, dafür umso mehr bei den seit Ende der 1990er Jahre zunehmend erscheinenden Nachhaltigkeitsberichten. Wobei die wesentlichen Treiber der öffentlichen Aufmerksamkeit derzeit die Financial Community sowie international agierende NGOs sind.

2. Erfolg durch verantwortungsbewusstes Handeln

Inzwischen sind die Weichen so gestellt, dass eine mangelnde Berücksichtigung von Aspekten des nachhaltigen Wirtschaftens als finanzielles Risiko gilt. Denn Unternehmen, die von NGOs aufgrund mangelnden Umweltschutzes oder fehlender sozialer Verantwortung angegriffen werden, haben ein Imageproblem, das ihren Aktienkurs empfindlich drücken kann. Insbesondere für weltweit agierende Konzerne lauern die Reputationsrisiken dabei mittlerweile an allen Ecken und Enden: Nicht-Einhaltung von Sozialstandards bei Zulieferern, Verletzung von Umweltstandards bei Bau- und Infrastrukturprojekten, Korruption hierzulande wie auch in Schwellen- und Entwicklungsländern. Positiv gewendet lautet die Botschaft: Wer verantwortungsbewusst agiert, wirtschaftet langfristig erfolgreicher. Und dafür gibt es immer mehr Belege: Beispielsweise haben sich die Aktienkurse der Firmen, die von der nachhaltigkeitsorientierten Ratingagentur oekom research besonders empfohlen worden sind, seit 2001 um 16,72 Prozent besser entwickelt als die Kurse jener Unternehmen, die von oekom explizit nicht empfohlen wurden.

3. Berichterstattung in Zeiten der Globalisierung

Und so müssen vor allem international tätige sowie börsennotierte Unternehmen – nach Skandalen wie Brent Spar, Enron etc. – einer gut informierten Öffentlichkeit ständig aufs Neue beweisen, dass sie ihre gesamtgesellschaftliche Verantwortung kennen und in der Lage sind, sie transparent zu leben. Diesen Anspruch versuchen derzeit etwa 1.500 bis 2.000 Unternehmen weltweit mit der Veröffentlichung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichten einzulösen – mit unterschiedlichem Erfolg. Denn die Vielschichtigkeit gesellschaftlicher Verantwortung birgt die Gefahr, dass der Ruf nach mehr Transparenz zu einer Informationsflut führt, die das Wesentliche erstickt. Die Unternehmen sollten heutzutage also genau wissen, welche Informationen in den Nachhaltigkeitsbericht gehören bzw. welche Informationen von ihren Stakeholdern gefordert werden. Zu diesen zählen neben Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden oft ganz unterschiedliche

Akteure wie britische Analysten, deutsche Umweltbehörden oder internationale Menschenrechtsorganisationen. Und all diese Gruppen wollen Vorreiterunternehmen von den schwarzen Schafen unterscheiden, benötigen also vergleichbare Informationen.

4. Die Global Reporting Initiative

Um für die unterschiedlichsten Stakeholder eine Meßlatte bereitzustellen, hat sich 1997 die Global Reporting Initiative (GRI) gegründet. Mit Förderung der UNEP (Umweltprogramm der Vereinten Nationen) entwickelte sie weltweit anwendbare Standards der Berichterstattung und verbesserte ihren ersten Entwurf von Leitlinien im stetigen Austausch mit den internationalen Stakeholdern. Aktuell liegt eine Fassung der „Reporting Guidelines“ von 2002 vor. Und 2006 soll eine Überarbeitung dieser Leitlinien erscheinen, nach denen sich immer mehr internationale Unternehmen bei ihrer Berichterstattung richten.

Dies begünstigt den Vergleich von Berichten innerhalb einer Branche sowie international und branchenübergreifend. Für die Unternehmen hat die Befolgung der GRI-Kriterien einen doppelten Vorteil: Sie können sich an einem – auch von wichtigen Stakeholdergruppen – weltweit akzeptierten Kriterienmodell ausrichten und profitieren gleichzeitig von dem Bedeutungsgewinn der GRI-Guidelines. Denn die Fragebögen der nachhaltigkeitsorientierten Ratingagenturen nähern sich daran an. Diese Agenturen heißen Sustainable Asset Management (SAM, Zürich), oekom research (München), CoreRatings (London) etc. und schlagen überdurchschnittlich verantwortungsvoll handelnde Unternehmen für Ethik- oder Ökofonds vor. Und je mehr Einigkeit über wesentliche Anforderungen an die Unternehmen besteht, desto schneller und kostengünstiger können die Umwelt- und Nachhaltigkeitsabteilungen der Unternehmen die abgefragten Informationen zusammenstellen.

5. Die Global Reporting Guidelines

GRI ist eine unabhängige Institution mit dem Anliegen, weltweit anwendbare Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung in einem Multi-stakeholder-Prozess zu entwickeln und zu verbreiten. Dabei achtet GRI darauf, dass die Leitlinien zur Berichterstattung mit den wichtigsten international verbreiteten Grundsätzen und Instrumenten zum nachhaltigen

Wirtschaften kombiniert werden können. Explizit handelt es sich dabei um den Global Compact und die Millenniumsziele der Vereinten Nationen, die OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen, den Umweltmanagementstandard ISO 14001, die AA1000-Serie der britischen Beratungsgesellschaft Accountability sowie den Standard SA8000 von Social Accountability International. Eine Konvergenz mit neuen Rahmengesetzen zur Transparenz und Berichterstattung wie Sarbanes-Oxley-Act (USA), Operating Financial Review (GB) und Loi NRE (F) ist ebenfalls gegeben. An der Weiterentwicklung der GRI-Guidelines ist die Wirtschaft ebenso aktiv beteiligt wie die Investmentbranche, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen sowie Wissenschaft und Arbeitnehmervertretungen aus der ganzen Welt.

6. Der Global Reporting Prozess

Mit der ersten Präsentation eines international abgestimmten Konzepts, das alle wesentlichen Akteure im Boot hatte und offiziell von der UNEP unterstützt wurde, traf GRI exakt den Zeitpunkt, als international von vielen Seiten der Ruf nach anspruchsvollen Leitlinien für eine freiwillige Berichterstattung erfolgte. Obwohl bis zum jetzigen Zeitpunkt insbesondere in Deutschland Kritik am Konzept des „Learning by doing“ geäußert wird (ein nicht bis ins letzte Detail entwickeltes Konzept wird trotz offensichtlicher Schwachstellen angewendet), wissen die Kritiker, dass es keine Alternative zu den GRI-Guidelines gibt. Außerdem kann, wer nur kritisiert, sich aber nicht beteiligt, keinen Einfluss auf die Weiterentwicklung der Guidelines nehmen. Dazu ruft GRI indessen auf und bietet auch ein Bündel an Möglichkeiten für ein Engagement an.

Jede Institution oder Privatperson kann gegen eine vergleichsweise geringe Gebühr Organisational Stakeholder bei GRI werden und die inhaltliche Arbeit auf verschiedenste Weise unterstützen. Die Entwicklung der nächsten Guidelines-Generation begann beispielsweise mit einer Online-Befragung sämtlicher Organisational Stakeholder, an die sich eine Reihe regionaler Workshops anschloss. Jede Organisation konnte einen Vertreter zu den Workshops entsenden, um gemeinsam mit anderen Teilnehmern die Qualität der 95 Kernindikatoren des Leitfadens zu optimieren. Weitere Möglichkeiten, sich bei GRI einzubringen, bestehen in der Teilnahme an Arbeitsgruppen zur Entwicklung branchenspezifischer Indikatoren der Berichterstattung. Oder aber bei der Erarbeitung themenspezifischer Kriterien, die ein unternehmerisches Engagement z.B. zur Bekämpfung globaler

Herausforderungen wie HIV/Aids darzustellen helfen. Darüber hinaus konsultiert GRI seine Organisational Stakeholder im Rahmen so genannter technischer Protokolle zu allgemeinen Themen wie Grenzen der Berichterstattung, Verbesserung der Verständlichkeit und Harmonisierung mit anderen international angewandten Standards. Dabei ist die Global Reporting Initiative darauf bedacht, ein möglichst breites Spektrum von Akteuren einzubeziehen – sowohl in institutioneller als auch in regionaler Hinsicht.

7. Das Global Reporting System

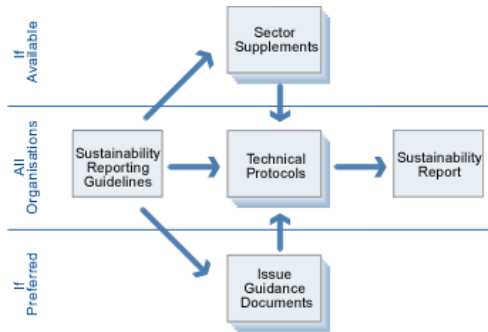
„The Family of Documents“ nennt GRI die derzeit existierenden 17 Leitfäden. Sie umrahmen die „Sustainability Reporting Guidelines“ mit ihren für alle Unternehmen relevanten ökonomischen, ökologischen, mitarbeiter- und gesellschaftsbezogenen Kernindikatoren. Zur Familie gehören (1) Technical Protocols, die detaillierte Definitionen und Interpretationen der einzelnen Indikatoren liefern und (2) Sector Supplements, also Zusatzdokumente, die branchenspezifische Nachhaltigkeitsthemen aufgreifen, sowie (3) themenspezifische Leitlinien.

(1) Technical Protocols existieren derzeit für die Bereiche Kinderarbeit, Energieverbrauch, Energiebilanzen und Wassernutzung. Aktuell werden Dokumente zur exakten Bestimmung des Verantwortungsbereichs eines Unternehmens und damit zu den Grenzen der Berichterstattung sowie zum Themenkomplex Gesundheit und Sicherheit erarbeitet.

(2) Sector Supplements existieren derzeit für Reiseveranstalter, Telekommunikationsunternehmen und Finanzdienstleister. In Bearbeitung sind die Sector Supplements Automobilhersteller, Logistikunternehmen, Bergbau- gesellschaften und Öffentliche Verwaltungen.

(3) Darüber hinaus bietet GRI themenspezifische Hilfestellungen bei der Berichterstattung. Das erste Dokument dieser Art befasste sich mit HIV/Aids, weitere sind zu „Vielfalt / Diversity“ und „Produktivität“ geplant.

8. Das Global Reporting Modell



Trotz aller Akzeptanz wird an dem aktuellen GRI-Leitfaden (Sustainability Reporting Guidelines) auch einiges bemängelt: Er sei zu lang, zu unübersichtlich und würde eher abschreckend wirken. Die für 2006 angekündigte Überarbeitung der Guidelines, so die Hoffnung vieler, könnte dieses Defizit ausräumen. Mit dem Revisionsprozess verbunden ist auch die Erwartung, die Guidelines mögen eher eine Konzentration denn eine zusätzliche Ausweitung erfahren. Schließlich umfassen die Kern- und Zusatzkriterien einschließlich der in den branchenspezifischen Leitfäden aufgeführten Anforderungen mittlerweile mehr als 200 Einzelindikatoren – nicht gerade einfach zu erfüllen, wenn laut Umfragen den Stakeholdern 60 Printseiten als idealer Berichtsumfang gelten.

9. Berichterstattung ist nicht alles

Natürlich wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung von den großen Unternehmen bzw. von deren Anspruchsgruppen getrieben – eine Entwicklung, die sich durchaus auch auf kleinere Unternehmen durchschlagen kann, insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender gesellschaftlicher Schiefen, die auch in Deutschland künftig ein stärkeres freiwilliges Engagement von Unternehmen erfordern. In dem Zusammenhang muss allerdings deutlich gewarnt werden: GRI regelt die Berichterstattung über verantwortliches Wirtschaften. Die Organisation bietet den Unternehmen aber keinen Maßnahmenkatalog, wie sie in der Praxis umsichtiger agieren. Und auch wenn in großen Unternehmen Transparenz oft schon als echter Fortschritt auf dem Wege zum nachhaltigen Unternehmen gilt, so kann bei kleineren Unternehmen der „Business Case Nachhaltigkeit“ weit jenseits

der Berichterstattung liegen. Für jene kleine und mittlere Unternehmen, die über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten berichten wollen, hat die GRI aktuell ein Handbuch vorgelegt: „High 5“ stellt in fünf Schritten dar, was zu tun ist, um die Berichterstattung an den internationalen Standards der GRI auszurichten.

Ihre Grenzen erreicht eine strikte Berichterstattung gemäß den GRI Guidelines auch dann, wenn im Dialog mit den Stakeholdern ganz neue Themenfelder evaluiert und folglich auch im Bericht diskutiert werden müssen. Die Guidelines stehen dem zwar nicht im Wege, aber sie allein helfen eben auch nicht weiter. Hier ist dann der Mut zu neuen Lösungen hilfreicher als das Festhalten an einem starren Korsett. Ähnlich geht es auch Unternehmen, deren Kerngeschäft mit zentralen Nachhaltigkeits Herausforderungen verbunden ist, beispielsweise Energieversorger. Hier kann es sinnvoller und aus Stakeholdersicht auch wertvoller sein, sich stärker auf das zentrale Thema und damit verbundene Aktivitäten zu konzentrieren, anstatt die GRI Guidelines in aller Breite abzuarbeiten.

10. Bewertung der Global Reporting Initiative

Fraglos stellen die GRI Guidelines inzwischen *den* zentralen und weltweit anerkannten Standard der Nachhaltigkeitsberichterstattung dar. Ende 2004 lagen die Guidelines bereits in neun Sprachen vor (Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch, Japanisch, Niederländisch, Portugiesisch, Russisch und Spanisch). So kam auch eine Studie der Weltbank im Oktober 2003 zu dem Schluss, dass GRI die unternehmerische Praxis mittlerweile mehr beeinflusse als alle anderen Standards mit Ausnahme der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001. Bester Beweis dafür: Das aktuelle Ranking internationaler Nachhaltigkeitsberichte durch SustainAbility ergab, dass sich bereits 47 der Top50 Reports an den GRI Guidelines orientierten – eine rasante Entwicklung, die sich fortsetzen dürfte. Zumal GRI derzeit eine internetbasierte Technologieplattform entwickelt, die mit ihren verschiedenen Nutzungs-, Zugriffs- und Auswertungsfunktionen neue Standards setzen wird.

Dennoch wäre es ein Fehler, sich künftig sozusagen blind auf das GRI-Modell zu verlassen. Solch internationale Standards stellen zwar eine wichtige Orientierungsschnur und Meßlatte dar, doch sollten sie den Blick nicht auf regional unterschiedliche Anforderungen, unternehmensspezifische Chancen und Risiken oder nationale politische Entwicklungen verstellen.

len. Ein kontinuierlicher Dialog mit den relevanten Stakeholdern ist für Unternehmen, die eine nachhaltige Entwicklung ernsthaft verfolgen, deshalb unabdingbar und lässt sich nicht durch die Anwendung der GRI-Guidelines ersetzen, selbst wenn in deren Entwicklung bereits die Ansichten wichtiger Stakeholdergruppen eingeflossen sind.

11. Perspektiven der Berichterstattung

Wichtige Hinweise auf berichtsrelevante Fragestellungen sowie eine wertvolle Hilfestellung für gutes Reporting bietet – neben dem internationalen Ranking von SustainAbility – das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2005 der 150 größten deutschen Unternehmen durch future e.V. – Umweltinitiative von Unternehmen – und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW). Dessen Kriterien basieren nicht nur auf den GRI Guidelines, sondern beziehen auch die Anforderungen der nachhaltigkeitsorientierten Ratingagenturen ein. Die Kriterien wurden mit Vertretern von Bundesministerien, Wirtschafts- und Branchenverbänden, NGOs und Unternehmen diskutiert, sind sehr differenziert, dennoch allgemein verständlich und schärfen den Blick für die relevanten Fragestellungen (als Download erhältlich unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de). Beispielsweise legen sie einen großen Wert auf Aspekte der Glaubwürdigkeit (Ziele und Maßnahmen, Compliance etc.).

Ein Plädoyer zum Schluss: Obwohl in Sachen Nachhaltigkeitsberichterstattung in relativ kurzer Zeit viel geschehen ist, sollten wir nicht glauben, die Aufgabe sei auch nur halbwegs erfüllt. Im Vergleich zur Gesamtzahl der Unternehmen ist die Anzahl jener, die berichten, sowohl in Deutschland wie weltweit immer noch verschwindend gering und die Qualität der Berichte lässt insgesamt noch einiges zu wünschen übrig (vgl. www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de > Ergebnisse 2005). Wenn aber Informationen den Weg zu einer besseren Unternehmenssteuerung weisen und Transparenz zu mehr Effizienz und Risikokontrolle führt, dann wird sehr bald bewiesen sein, was viele schon vermuten: dass Unternehmen, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind und entsprechend handeln auch in wirtschaftlicher Hinsicht besser abschneiden.

TEIL II:
KONKRETIONEN

Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen als wesentlicher Bestandteil nachhaltigen Wachstums

Thomas Bugl

1. (Betriebliche) Sozialpolitik: Eine Quelle wirtschaftlichen Wachstums

Die Diskussion über gesetzliche wie betriebliche Sozial- und Umweltstandards hat, speziell in Deutschland, eine lange Tradition:

„Unzufrieden mit unseren bestehenden sozialen Verhältnissen (...) treten (wir) für eine maßvolle, aber mit fester Hand durchgeführte Fabrikgesetzgebung auf, wir verlangen, dass nicht ein sogenannter freier Arbeitsvertrag in Wahrheit zur Ausbeutung des Arbeiters führe, wir verlangen die vollste Freiheit für den Arbeiter, bei der Feststellung des Arbeitsvertrages mitzureden, selbst wenn er da Ansprüche erheben sollte, die scheinbar mit dem alten Zunftwesen eine gewisse Analogie haben.“⁷³

Dieses Zitat stammt aus der Eröffnungsrede Gustav von Schmollers anlässlich der 1. Tagung des Vereins für Socialpolitik 1872. Ähnlichkeiten mit einer Reihe von Prinzipien, wie sie UN-Generalsekretär Kofi Annan in dem von ihm begründeten „Global Compact“⁷⁴ aufgestellt hat, sind offensichtlich.

In der deutschen Wirtschafts- und Sozialgeschichte wurde diesen Forderungen bis heute mehr als umfassend Rechnung getragen. Der Erfolg der von Ludwig Erhard nach dem 2. Weltkrieg begründeten

⁷³ Zitiert nach Watrin, Christian, Zur sozialen Dimension marktwirtschaftlicher Ordnungen, in: Hohmann, Karl u.a. (Hg.), Grundtexte zur Sozialen Marktwirtschaft, Bd. 2, Stuttgart, New York, 1988.

⁷⁴ Für einen komprimierten Überblick vgl. Fonari, Alexander, ‚Global Compact‘, in: Fonari, Alexander (Hrsg.), Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards bei multinationalen Unternehmen, S. 19 – 28, München 2004.

Sozialen Marktwirtschaft beruhte neben der Effizienz einer wettbewerblichen Ordnung auf einer möglichst marktkonform ausgestalteten Sozialpolitik mit einem Vorrang subsidiärer Hilfen gegenüber passiv alimentierender Solidarität.

Der positive Beitrag der Sozialpolitik und betrieblicher sozialer Standards zu einer nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung beruht auf vier Effekten⁷⁵:

1. der Sicherung der Leistungsfähigkeit des Arbeitskräftepotenzials;
2. der Sicherheit vor den großen Risiken des Erwerbslebens – Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alter;
3. der Stabilisierung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage⁷⁶ sowie der gesellschaftlichen Entwicklung und
4. der Förderung und Absicherung des strukturellen Wandels, wodurch das wirtschaftliche Wachstum gestärkt wird.

2. Grenzen der Belastbarkeit beachten

Angesichts der spätestens seit 2001 offensichtlichen Stagnations- und Strukturkrise der deutschen Wirtschaft⁷⁷ ist unübersehbar, dass die sozialen Standards und das Ausmaß an sozialpolitisch motivierter Umverteilung zu Lasten der Wachstumsdynamik unserer Wirtschaft überstrapaziert wurden: Die deutsche Industrie hat seit 1992 von ursprünglich 10 Mio. mittlerweile 3 Mio. Arbeitsplätze eingebüßt. Davon konnte nur knapp die Hälfte im Dienstleistungsbereich kompensiert werden. Allein 2004 gehen in Deutsch-

⁷⁵ Vgl. hierzu Lampert, Heinz, Althammer, Jörg, Lehrbuch der Sozialpolitik, Berlin-Heidelberg-New York, 2004⁷, S. 465 ff.

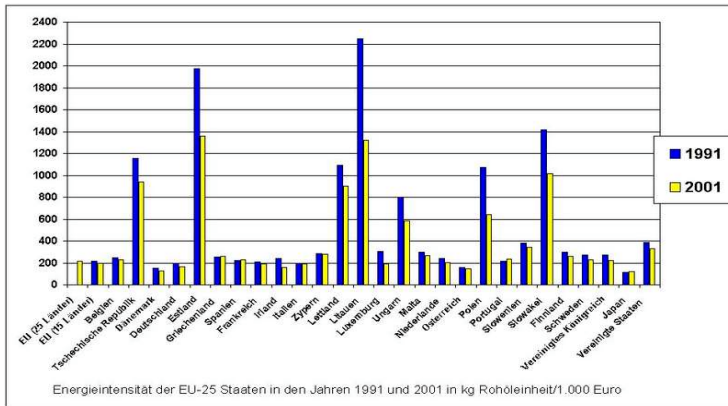
⁷⁶ Dieser Überlegung liegt die seit Keynes in der Wirtschaftswissenschaft weitgehend akzeptierte Annahme zugrunde, dass die (marginale) Konsumquote mit sinkendem Einkommen steigt. Wenn in einer strukturellen oder konjunkturellen Krise das Abschmelzen der Einkommen der privaten Haushalte durch Sozialtransfers nach unten begrenzt wird, stabilisiert dies die private Konsumgüternachfrage. Voraussetzung hierfür ist, dass die sog. automatischen Stabilisatoren wirken, d.h. ein Defizit in den sozialen Sicherungssystemen ohne kompensierende Beitragssatzsteigerungen hingenommen wird.

⁷⁷ Die Wachstumsschwäche in Deutschland zeichnet sich bereits seit Jahrzehnten ab, nachdem die jahresdurchschnittlichen Wachstumsraten in den 60er Jahren real rd. 4%, in den 70ern rd. 3%, in den 80ern rd. 2% und in den 90er Jahren trotz Wiedervereinigungs-Boom nur noch gut 1% erreichten.

land nach dem aktuellen Gutachten des Sachverständigenrats 450.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze verloren⁷⁸, d.h. pro Tag 1.232, und damit Steueraufkommen, Sozialversicherungsbeiträge und Kaufkraft. Wenn zudem die Beschäftigungsschwelle des Wachstums – nicht zuletzt bedingt durch einen im internationalen Vergleich umfassenden Kündigungsschutz – neuesten Studien zufolge bei etwa 2,4% gegenüber nur rd. 1% in den USA und rd. 1,2% in Großbritannien oder Kanada liegt⁷⁹, dann sind dies Alarmsignale für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland, die bei der Diskussion über Sozial- und Umweltstandards – egal ob auf betrieblicher oder staatlicher Ebene – berücksichtigt werden müssen.

3. „Umweltpakt Bayern“ – Musterbeispiel freiwilliger betrieblicher Umweltpolitik

Dabei hat die Soziale Marktwirtschaft auch in Hinblick auf den Schutz unserer natürlichen Lebensgrundlagen ihre Leistungsfähigkeit eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Umfassendster Indikator für den Umgang mit natürlichen Ressourcen in der Produktion ist die Energieintensität, d.h. der Verbrauch an Rohleinheiten in Kilogramm je 1.000 Euro Wirtschaftsleistung. Innerhalb der EU-25 weist Deutschland zusammen mit Irland, Dänemark und Österreich dabei die besten Werte auf⁸⁰:



⁷⁸ Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Erfolge im Ausland – Herausforderungen im Inland, Jahresgutachten 2004/05, S. 197; www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de.

⁷⁹ Vgl. Flaig, Gebhard, Rottmann, Horst, Erhöht der Kündigungsschutz die Beschäftigungsschwelle? in: ifo-Schnelldienst, Nr. 17/2004, S. 13 – 17.

⁸⁰ Vgl. www.umweltbundesamt.at/Umwelt/energie/energie_eu/.

Um im Umwelt- und Klimaschutz noch mehr zu erreichen, haben Staatsregierung und bayerische Wirtschaft mit der Schaffung des „Umweltpakts Bayern“ 1995 eine damals bundesweit einmalige Initiative gestartet. Heute gehören über 3.400 bayerische Unternehmen dem Pakt an. Bayern ist bei den Zertifizierungen nach der ISO-Umweltnorm 14001 sowie bei Öko-Audit bzw. betrieblichem Umweltmanagement Spitzenreiter unter den Ländern.

Zudem haben sich Wirtschaft und Staatsregierung u.a. dazu verpflichtet, die CO₂-Emissionen bis 2010 von dem heute ohnehin niedrigsten Niveau aller Bundesländer nochmals um rd. 10 Mio. Tonnen zu verringern – ein Musterbeispiel für freiwilligen betrieblichen Umweltschutz auf regionaler Ebene zur Sicherung der globalen Lebensgrundlagen.

4. Zur Frage der Durchsetzbarkeit von Sozial- und Umweltstandards im weltweiten Maßstab

Was in Bayern, Deutschland und im Zuge der fortschreitenden Integration auch in der EU funktioniert, ist auf internationaler Ebene nach wie vor mühsam. Drei Ansatzpunkte zur Durchsetzung betrieblicher Sozial- und Umweltstandards im globalen Maßstab erscheinen zunächst grundsätzlich möglich:

Erstens Codes of Conduct, also Verhaltenscodizes multinationaler Konzerne gegenüber ihren Belegschaften. Nachdem etwa ein Drittel des Welt Handels als Intrakonzernhandel abgewickelt wird und ein weiteres Drittel zumindest unter Konzern-Beteiligung stattfindet, ist dies ein auf den ersten Blick attraktives und weitreichendes Instrument. Die ILO hat bereits 1998 insgesamt 215 solcher Richtlinien registriert und analysiert. Gerade bei der Global Compact-Initiative sind bayerische Global Players aus dem Bereich der DAX-Unternehmen bereits stark vertreten. Dennoch ist das Ziel, auf Basis eines freiwilligen Konsenses im Sinne von good entrepreneurship alle international tätigen Unternehmen zur Annahme von Codes of Conduct zu bewegen, wegen des klassischen Prisoner's dilemma⁸¹ letztlich wohl nicht erreichbar – ganz abgesehen von der ungelösten Frage, wie deren Einhaltung kontrolliert werden soll.

⁸¹ Zum Prisoner's Dilemma vgl. z.B. Seifert-Vogt, Hans Günther, Spieltheorie und Wirtschaftswissenschaft, in: Weise, Peter (Hrsg.): Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch 8: Individuelles Verhalten und kollektive Phänomene, Frankfurt a. Main, 1990, S. 215 – 280.

Als zweiter möglicher Weg kommen völkerrechtlich bindende multilaterale Verträge in Betracht, wie sie z.B. unter dem Stichwort Sozialklauseln für die WTO diskutiert werden. In Deutschland haben u.a. Flassbeck und Lafontaine⁸² diesen Weg propagiert. Zur Lösung grundlegender globaler Probleme im Bereich Umwelt- und Klimaschutz hat es derartige Vereinbarungen gegeben, beispielsweise bei Kyoto oder dem FCKW-Verbot. Im Bereich der Sozialstandards werden sie aber von zahlreichen Entwicklungs- und Schwellenländern abgelehnt. Sie sehen darin eine Form des Neokolonialismus, mit dem sich die Industriestaaten die Anpassung an die Globalisierung und den Wandel zur wissensbasierten Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft auf Kosten der spezifischen Wettbewerbsvorteile der unterentwickelten Länder erleichtern wollen. Überdies ist die WTO als internationale Handelsorganisation für die Durchsetzung sozialpolitischer Belange nicht geeignet. Zielkonflikte wären vorprogrammiert.

Dritter Ansatzpunkt für die Implementierung von Sozial- und Umweltstandards ist der eigentliche Souverän der Marktwirtschaft: der Konsument. Er hat es in der Hand, z.B. mit Hilfe von Gütesiegeln Kaufentscheidungen bewusst nach sozialen oder ökologischen Kriterien zu treffen. Er offenbart durch seine Zahlungsbereitschaft, was ihm „saubere“ Produkte wert sind.

Auf diesem Weg lassen sich beachtliche Erfolge erzielen: So entfallen auf Teppiche mit dem Rugmark-Siegel mittlerweile 40% aller deutschen Teppich-Einfuhren aus Indien. 281 Produzenten haben sich bisher dazu verpflichtet, die Sozialstandards dieses Labels bei der Teppich-Herstellung zu beachten⁸³.

Allerdings ist auch dieser Lösungsweg nicht frei von Problemen:

- Die oftmals höheren Preise der Label-Produkte wirken abschreckend auf die Verbraucher – speziell in Deutschland nach jahrelanger Stagnation der verfügbaren Einkommen ein wichtiges Hemmnis für eine breite Markteinführung. Es verwundert nicht, dass z.B. Fair-Trade-Produkte mit teilweise 100% Preisaufschlag gegenüber herkömmlichen Produkten in Deutschland lediglich Marktanteile von 1 bis 2% aufweisen⁸⁴.

⁸² Vgl. z.B. Lafontaine, Oskar, Müller, Christa: Keine Angst vor der Globalisierung. Wohlstand und Arbeit für alle, Bonn, 1998.

⁸³ Vgl. Henkel, Knut, Sozialstandards entstehen im Kopf, in: Frankfurter Rundschau, 24.06.2003.

⁸⁴ Ebd.

- Grundvoraussetzung für die Akzeptanz entsprechender Labels ist die Glaubwürdigkeit der dahinter stehenden Kontrollen. Allerdings trägt die immer noch steigende Zahl unterschiedlicher Gütesiegel eher zur Verwirrung als zur Aufklärung der Verbraucher bei. Selbst für Konsumenten, die Kaufentscheidungen bewusst nach ökologischen oder sozialen Kriterien treffen wollen, übersteigt der Aufwand der Informationsbeschaffung über die mit einem Label verbundenen Verfahrens- oder Produktgarantien dadurch möglicherweise den zusätzlichen ökologischen oder sozialen Produktnutzen und unterbleibt deshalb letztlich ebenso wie der Kauf eines entsprechenden Label-Produkts.

5. Die entwicklungspolitische Strategie

Es verbleibt ein Weg, der an der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit ansetzt: Anstatt das Heil zur Überwindung des Nord-Süd-Konflikts in der Forderung nach immer größeren Finanztransfers in die Dritte und Vierte Welt und in einer Mittelvergabe nach erratischem Gießkannenprinzip zu suchen, muss sich die Entwicklungshilfe künftig wieder verstärkt am Kriterium der „good governance“ orientieren.

Diese Strategie hat schon in den 80er und 90er Jahren die Effizienz der deutschen Entwicklungshilfe erheblich verbessert. Bloßer Schuldenerlass – eine beliebte Forderung all derer, die es gut meinen – greift demgegenüber bei weitem zu kurz, ja verschlechtert ohne flankierende Maßnahmen zur Überwindung bisheriger „bad governance“ die Rating-Perspektiven der durch den Forderungsverzicht vermeintlich begünstigten Länder an den internationalen Finanzmärkten.

Nach dieser Strategie müssen die Empfängerländer nach folgenden Kriterien ausgewählt und Hilfen konzentriert werden:

- Eigene nachprüfbare Anstrengungen zur Stärkung von Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, gesellschaftlicher Stabilität nach innen und friedlicher Nachbarschaft nach außen;
- konsequenter Aufbau einer marktwirtschaftlichen Ordnung, Stärkung der Wettbewerbskraft der heimischen Wirtschaft, anschließend Einbindung in Globalisierung und internationale Arbeitsteilung;
- gezielte Verbesserung der Startchancen speziell der jungen Generation durch verstärkte Bildungsanstrengungen und Sicherung von Beteiligungsgerechtigkeit;

- Engagement gegen Korruption.

Entwicklungsländer, die diesen schwierigen Weg gehen wollen, verdienen im Rahmen eines intensiven Politikdialogs und gezielter Beratung zur Adaption und Umsetzung einer Wirtschaftspolitik nach den Grundsätzen der Sozialen Marktwirtschaft jede Unterstützung – auch durch den weiteren Abbau von Handelsbeschränkungen und wettbewerbsverzerrenden Subventionen der Industrieländer im Rahmen der WTO.

Sozial- und Umweltstandards in den Entwicklungs- und Schwellenländern entstehen in den Köpfen – es ist eine intelligente Globalisierungspolitik, diesen Reifungsprozess zu fördern.

Literatur

Flaig, Gebhard / Rottmann, Horst: Erhöht der Kündigungsschutz die Beschäftigungsschwelle? in: ifo-Schnelldienst, Nr. 17/2004

Fonari, Alexander, ‚Global Compact‘, in: Fonari, Alexander (Hrsg.), Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards bei multinationalen Unternehmen, S. 19 – 28, München, 2004

Henkel, Knut: Sozialstandards entstehen im Kopf, in: Frankfurter Rundschau, 24.06.2003

Lafontaine, Oskar / Müller, Christa: Keine Angst vor der Globalisierung. Wohlstand und Arbeit für alle, Bonn, 1998

Lampert, Heinz / Althammer, Jörg: Lehrbuch der Sozialpolitik, Berlin-Heidelberg-New York, 2004⁷, S. 465 ff.

Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Erfolge im Ausland – Herausforderungen im Inland, Jahresgutachten 2004/05

Seifert-Vogt, Hans Günther: Spieltheorie und Wirtschaftswissenschaft, in: Weise, Peter (Hrsg.): Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch 8: Individuelles Verhalten und kollektive Phänomene, Frankfurt a. Main, 1990

www.umweltbundesamt.at/Umwelt/energie/energie_eu/

Watrin, Christian: Zur sozialen Dimension marktwirtschaftlicher Ordnungen, in:
Hohmann, Karl u.a. (Hg.), Grundtexte zur Sozialen Marktwirtschaft, Bd. 2,
Stuttgart, New York, 1988

Leitlinien und Standards der Berichterstattung

Thomas Loew und Jens Clausen

Die Herausforderung einer konsistenten Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen liegt inhaltlich in der Vielfalt der Themen und prozessual in der synergetischen Zusammenführung des Wissens und der Vorarbeiten aus den Bereichen Geschäftsberichterstattung, Kommunikation von gesellschaftlichem Engagement sowie Umweltkommunikation.

Viele Unternehmen stehen damit in der Nachhaltigkeitskommunikation einer doppelten Herausforderung gegenüber:

- zum einen besteht die Notwendigkeit einer konsistenten Kommunikation nach außen, die mit der Schwierigkeit der Koordinierung unterschiedlicher Kommunikationsstrategien und Kommunikateure einhergeht,
- zum anderen besteht die Schwierigkeit, zwischen den Extremen einer für die Zielgruppen rezipierbaren, knappen Kommunikation einerseits und der vollständigen Kommunikation aller relevanten Themen andererseits, einen glaubwürdigen Mittelweg qualitativ herausragender Kommunikation zu finden.

Darüber hinaus finden sich komplexe Dilemmata, wie z.B. im Bereich sozialer Fragen, wo beispielhaft in der Arbeitsplatzfrage sinkende Beschäftigungszahlen zu niedrigeren Kosten führen, aber gleichzeitig meist volkswirtschaftlich negative Auswirkungen haben. Auch solche schwierigen Fragestellungen müssen aber angesprochen werden um Glaubwürdigkeit sicher zu stellen. Die Frage, welches Thema für welches Unternehmen unverzichtbarer Bestandteil der Nachhaltigkeitskommunikation ist und wie es dargestellt werden soll, ist schwierig zu klären. Standards und Vorbilder erleichtern vielen Unternehmen die Konzeption der Nachhaltigkeitskommunikation. Dieser Beitrag gibt daher einen Überblick über Standards und Leitlinien sowie Rankings und Preise, die auf die Berichterstattung ausgerichtet sind. Abschließend wird über Entwicklungen nationaler und internationaler Gesetzgebung berichtet.

1. Initiativen zur Förderung der Kommunikation und der Berichterstattung

Eine Reihe von Initiativen zielt auf die Verbreitung der Nachhaltigkeitskommunikation und der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Nur einige wenige davon definieren aber konkrete Richtlinien.

Der UN-Generalsekretär Kofi Annan hat 1999 die großen multinationalen Unternehmen aufgerufen, der Globalisierung ein menschliches Antlitz zu geben. Sie sollen sich dazu der Vereinbarung des Global Compact anschließen und sich zu dessen zehn Prinzipien bezüglich Menschenrechten, Arbeitnehmerrechten, Umweltschutz und Korruption bekennen. Zahlreiche Unternehmen sind inzwischen dem Global Compact beigetreten, wobei deutsche Unternehmen vergleichsweise schwach vertreten sind. Der Global Compact hat für seine Mitglieder Guidelines für „Communication on Progress“ erstellt und erwartet, dass die Unternehmen einmal jährlich im Sinne dieser Guidelines Informationen über ihren Fortschritt im Bereich der Global Compact Prinzipien transparent und öffentlich zugänglich machen (Global Compact 2003). Der Global Compact hat eine Partnerschaft mit der Global Reporting Initiative (GRI) und unterstützt die Verbreitung der GRI Reporting Guidelines.

1999 legte die britische Nichtregierungsorganisation AccountAbility einen Standard für die Integration der Stakeholder in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess von Organisationen in Bezug auf deren soziale und ethische Verantwortung vor. Der AA1000 Standard soll den systematischen und fairen Dialog zwischen Unternehmen und ihren Stakeholdern unterstützen (AccountAbility 1999).

Auf ISO-Ebene wird seit 2000 eine sehr generelle Leitlinie zur Umweltkommunikation erstellt, nachdem u.a. die US-amerikanischen ISO-Vertreter sich vehement gegen ein Dokument zur Umweltberichterstattung eingesetzt hatten. Die ISO Leitlinie zu Umweltkommunikation wird voraussichtlich 2006 als letztes Mitglied der Normenfamilie 14000 zum Umweltmanagement veröffentlicht werden (DIN 2004).

2. Der Leitfaden der Global Reporting Initiative

Der Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI 2002) stellt den international bekanntesten Kriterienkatalog für die Nachhaltigkeitsberichterstat-

tung dar. Die erste Fassung (GRI 1999) wurde vorwiegend von Unternehmensvertretern und Wirtschaftsprüfern sowie einigen wenigen Wissenschaftlern in mehreren Round Table Treffen erstellt. Inzwischen erhält GRI eine Förderung des United Nations Environment Programme (UNEP) und bezieht einen breiten Kreis an NGO's und Wissenschaftlern in die Kommentierung des Leitfadens ein. Zudem werden zunehmend branchenspezifische Ergänzungen („Supplements“) entwickelt (GRI 2002).

Der Berichtsrahmen des GRI (Tabelle 1) ist umfassend und enthält viele, detaillierte Einzelindikatoren. Derzeit (Stand 2005) befindet sich der GRI-Leitfaden in einem Revisionsprozess und es wird für 2006 mit einer neuen Fassung gerechnet.

Tabelle 1: Berichtsrahmen im GRI-Leitfaden 2002 (Quelle: GRI 2002: 36)

Kategorie	Aspekt
Direkte ökonomische Auswirkungen	Kunden Lieferanten Arbeitnehmer Kapitalgeber Öffentlicher Sektor
Umwelt	Materialien Energie Wasser Artenvielfalt Emissionen, Abwasser und Abfälle Lieferanten Produkte und Dienstleistungen Gesetzeskonformität Transport Übergreifende Aspekte
Arbeitsbedingungen und angemessene Arbeit	Beschäftigung Beziehungen zwischen Arbeitnehmern und dem Management Gesundheit und Sicherheit Training und Ausbildung Vielfalt und Chancen
Menschenrechte	Strategie und Management Nicht-Diskriminierung Gewerkschaftsfreiheit und Tarifverhandlungen Kinderarbeit Zwangsarbeit und Arbeitsverpflichtung Disziplinarverfahren Sicherheitspraxis Rechte von Einheimischen/Eingeborenen

Gesellschaft	Beziehungen zur Gemeinde Bestechung und Korruption Politische Unterstützung Wettbewerb und Preisfestlegung
Produktverantwortung	Kundengesundheit und -sicherheit Produkte und Dienstleistungen Werbung Schutz der Privatsphäre

In Deutschland wurden bisher zwei Leitfäden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellt (Clausen et al. 2001 und MUV 2003), die bezüglich der inhaltlichen Anforderungen allerdings weniger strukturiert sind als der GRI-Leitfaden und stärker auf den Berichterstellungsprozess abheben.

3. Bedeutung der Standards

Die bisherige Erfahrung mit der Wirkung von Standards deutet nicht auf eine starre Umsetzung hin, wie sie z.B. bei der Anwendung von Normen erforderlich wäre. Vielmehr zeigt besonders die Umsetzung des GRI-Leitfadens, dass der Wunsch der Unternehmen nach Orientierungshilfe durch die Standardsetzung immer einher geht mit dem Wunsch, möglichst viele Freiheiten bei der Konkretisierung des eigenen Berichtes und der Ansprache der eigenen Zielgruppen zu haben. Dementsprechend ist festzustellen, dass sich zwar sowohl die Verbreitung von Einzelthemen in den Berichten durch Standards erhöhen lässt und auch einzelne, im Rahmen einer guten Berichterstattung wesentliche Elemente, öfter Verwendung finden. Weitergehende Standardisierungen, wie z.B. die Vorgabe einer Gliederung, die tiefgreifende Auswirkungen auf Berichte oder andere Kommunikationsmittel haben, haben sich bisher allerdings nicht durchsetzen können.

4. Die Anforderungen ökologisch ethischer Ratingagenturen

Im Auftrag von Banken und Investmentgesellschaften bewerten nachhaltigkeitsorientierte Ratingagenturen wiederkehrend die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen. Die Ergebnisse entscheiden über die Aufnahme in Indexes und Fonds. Bewertet werden folgende Bereiche: Umweltmanagement, Effizienz der Produktionsanlagen und Stand der Technik, ökologische Produkteigenschaften, Lebensweg der Produkte, Lieferantenmanagement, Kundenzufriedenheit, Attraktivität für Mitarbeiter, Menschen-

und Arbeitnehmerrechte weltweit, gesellschaftliche Verantwortung, Spenden und Sponsoring. Umweltthemen und gesellschaftliche Themen werden normalerweise gleichrangig bewertet. Von weltweit derzeit 29 ökologisch und nachhaltigkeitsorientierten Ratingagenturen sind die bekanntesten: SAM (Schweiz), Bank Sarasin (Schweiz), oekom research (Deutschland), EIRIS (England), Innovest (USA), Ethibel (Belgien), Humanix (Schweden), Vigeo (ehemals Arese, Frankreich) und für Deutschland noch Scoris und imug. Ihre Fragebögen setzen ebenfalls Standards für die Berichterstattung von Unternehmen (Institut für Ökologie und Unternehmensführung o.J.). Ratingagenturen sind aber natürlich immer nur eine Zielgruppe der Berichterstattung und wenngleich sich Unternehmen einen gemeinsamen Standardfragebogen aller Rater wünschen, wird der Wettbewerb der Anlagfonds immer zu unterschiedlichen Fragen und damit Fragebögen führen. Meist kann letztlich die Nachhaltigkeitskommunikation die Fragen der Rater mit Standardinformationen wie Berichten zwar anteilig beantworten, muss aber immer darüber hinaus wohl auch in Zukunft Einzelantworten bereitstellen.

5. Rankings und Preise

In ganz erheblicher Weise wirken in der Nachhaltigkeitskommunikation auch gute Vorbilder. Unabhängig von der Tatsache, dass gut gemachte Kommunikationsaktivitäten von Weltkonzernen auch ohne externes Lob einen erheblichen Bekanntheitsgrad in Kreisen der Nachhaltigkeitskommunikation erreichen, wird die Rezeption solcher Beispiele durch öffentliche Rankings und Preise unterstützt. Seit dem Jahr 2000 zeichnet die britische Beratungsfirma SustainAbility in Kooperation mit dem UNEP die nach einem Bewertungsverfahren ermittelten, besten Nachhaltigkeitsberichte aus. Die sieben Besten waren 2002 The Co-operative Bank, Novo Nordisk, British Airport Administration BAA, British Telecom, Rio Tinto, Royal Dutch/Shell und BP. Alle bis auf Rio Tinto gehörten auch im Jahr 2000 schon zu den besten Sieben, wobei sich auch die Bewertungen kaum verbessert haben (SustainAbility 2002). International bekannt sind auch die European Sustainability Reporting Awards der Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). Im Jahr 2003 gewann hier ebenfalls Novo Nordisk (ACCA 2003). Im nationalen deutschen Wettbewerb 2003/2004, der die Vorausscheidung darstellte, erhielt die adidas-Salomon AG den ersten Preis in der Kategorie „Beste Nachhaltigkeitsberichterstattung“ für einen Bericht, der die drei Säulen der Nachhaltigkeit gleichwertig und umfassend darstellt. Die Jury zeigte sich vor allem von der Konzentration des

Berichtes auf solche Themen beeindruckt, die im Dialog mit den Stakeholdern als wesentlich identifiziert worden seien. Sie bemerkt weiterhin, dass der Bericht zeige, dass das Thema Nachhaltigkeit zu einem wesentlichen Bestandteil der Organisation und Kultur des Unternehmens geworden sei (WPK 2003).

Ein Ranking der Nachhaltigkeitsberichterstattung der größten 150 deutschen Unternehmen führte im Herbst/Winter 2004/2005 future e.V-Umweltinitiative von Unternehme(r)n mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) durch. Für die Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte wurde von Loew und Clausen (2005) eine Bewertungsmethode entwickelt, deren Anforderungen an verschiedene Vorarbeiten, (u.a. GRI Reporting Guidelines (2002), SA 8000 (2000), AA1000 (2000), Loew et al (2004)) anknüpft. Wesentliche Unterschiede im Vergleich zum GRI-Leitfaden bestehen in

- der ausführlicheren Berücksichtigung von ökologischen Aspekten der Produkte und Dienstleistungen,
- der Forderung nach der Darstellung von Zielen und Maßnahmen (also ein Nachhaltigkeitsprogramm in Analogie zu einem Umweltprogramm),
- der Fokussierung auf weniger aber allgemein relevante Kennzahlen (die nach Bedarf durch unternehmens- bzw. branchenspezifisch bewährte Kennzahlen ergänzt werden sollen).

In dem Ranking wurden 54 Berichte der 150 größten deutschen Unternehmen bewertet. Die Ergebnisse wurden im Februar 2005 in der Zeitschrift Capital, auf der Projektwebsite www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de und von Clausen et. al. (2005) veröffentlicht.

Tabelle 2: Anforderungen im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte (Loew et al 2005)

Kategorie	Kriterien	Gewichtung im Ranking (gerundet)
Ökologische Anforderungen	A.6 Ökologische Aspekte der Produkte und Dienstleistungen A.7 Ökologische Aspekte der Produktion	30%
Soziale Anforderungen	A.3 Interessen der Mitarbeiter A.4 Soziale Verantwortung im Umfeld A.5 Soziale Aspekte der Produkte und Dienstleistungen	30%

Integrierte Anforderungen ökologische, soziale sowie	A.2 Vision, Strategie und Management A.8 Ziele und Programm	40% (20%)
allgemeine Anforderungen	A.1 Allgemeine Angaben zum Unternehmen A.9 Angaben zu weiterführenden Informationen B.1 Glaubwürdigkeit B.2 Vergleichbarkeit B.3 Wesentlichkeit, Klarheit B.4 Kommunikative Qualität	(20%)

6. Nationale gesetzliche Regeln

Trotz der bis hierher aufgeführten freiwilligen Initiativen aus Wirtschaft und Gesellschaft gibt es in mehreren Ländern eine Pflicht zur Berichterstattung.

In Dänemark sind seit 1995 die rund 1000 größten Verursacher von Umweltbelastungen in der Wirtschaft verpflichtet, eine sogenannte „Grüne Bilanz“ zu veröffentlichen. Diese Regelung erfordert es, alle relevanten In- und Outputmengen darzustellen, durch die Geschäftsleitung zu kommentieren und Zielsetzungen daraus abzuleiten. Die Berichterstattung führt nach Ansicht der Unternehmen zu einer Reihe von Ergebnissen (The Danish Green Accounts 2003):

- *“41% of companies believed they had achieved environmental improvements,*
- *greater competitive advantages had been achieved in markets where environmental demands were becoming more dominant,*
- *companies generally agreed that green accounts had created a better overview of their own environmental situation in particular material and energy consumption as well as emissions,*
- *companies were better equipped if they had green accounts when customers enquired about documentation on environmental impact and performance,*
- *green accounts had enhanced dialogue with employees.”*

Island hat sich an dem dänischen Vorbild orientiert und im Jahr 2004 eine vergleichbare Regelung eingeführt.

Schon 1997 wurde vom niederländischen Parlament ein Gesetz verabschiedet, das rund 350 Großunternehmen aus dem produzierenden Gewerbe und dem Transportsektor, die gemäß einer niederländischen Studie gemeinsam

etwa 80% der industriellen Belastungen von Luft und Gewässern verursachen, zur Umweltberichterstattung verpflichtet (VROM o.J.). Die betroffenen Unternehmen müssen jährlich zwei Berichte erstellen. Der eine dient der Information der Öffentlichkeit und soll in knapper und allgemeinverständlicher Form verfasst sein. Der Inhalt dieses Berichts entspricht weitgehend den Anforderungen von EMAS für Umwelterklärungen. Der zweite Bericht ist für die zuständige Umweltbehörde zu erstellen und ist hinsichtlich der Zahlenangaben und Beschreibung von Umweltschutzmaßnahmen wesentlich detaillierter als der Bericht an die Öffentlichkeit. Dieser Bericht an die Behörden soll alle bisherigen Berichtspflichten gegenüber den Behörden ersetzen.

Auch in Frankreich gibt es seit 2002 eine Pflichtberichterstattung. Hier verlangt das Handelsgesetz von den großen börsennotierten Unternehmen die Angabe von Zielsetzungen und Daten zu sozialen und ökologischen Sachverhalten in den Geschäftsberichten (Ohne Autor 2002).

In Großbritannien wird derzeit das Unternehmensrecht (Corporation Law) überarbeitet (DTI 2003). Dabei wird unter anderem vorgesehen, dass im OFT (operational financial review) die Geschäftsführung auf alle „material issues“, also alle signifikanten Themen, eingeht. Eine Arbeitsgruppe des britischen Wirtschaftsministeriums hat dazu im Juni 2003 ein Konsultationspapier vorgelegt. Hierin wird u.a. vorgeschlagen, nach welchen Prinzipien die Geschäftsführung die Signifikanz (materiality) von Sachverhalten bestimmen kann. Dabei sind auch Umwelteinwirkungen und die sozialen Aspekte des Unternehmens zu berücksichtigen. Ein Endbericht ist für Ende 2004 vorgesehen.

7. EU- Empfehlungen zur Nachhaltigkeit in der Geschäftsberichtserstattung

In ihrer Mitteilung „EU Strategie für nachhaltige Entwicklung“ (European Commission 2001) hat die Kommission alle an der Börse notierten Unternehmen mit mindestens 500 Mitarbeitern aufgefordert, in ihrem Geschäftsbericht die „Triple Bottom Line“ aufzunehmen und über die Performance des Unternehmens bezüglich wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Aspekte zu berichten.

Eine erste Konkretisierung wurde mit der Empfehlung der Kommission (2001) zur Berücksichtigung von Umweltaspekten in Jahresabschluss und

Lagebericht vorgenommen. Diese Empfehlung schlägt vor, dass im Geschäftsbericht auf folgende umweltbezogene Fragestellungen eingegangen werden soll: Anstehende Umweltschutzfragen, Umweltpolitik, Fortschritte im Umweltschutz, gesetzlich veranlasste Umweltschutzmaßnahmen, umweltbezogene Daten (ggf. nur Zusammenfassung der Angaben und Verweis auf den Umweltbericht), umweltbedingte Rückstellungen, Abschluss- und Bewertungsmethoden für umweltbezogene Posten, Umweltaufwendungen, Kosten von Geldbußen und Strafen.

Die Kommission hat im Rahmen ihres CSR Prozesses (konkret in der Mitteilung zu CSR vom Juli 2002) diese Empfehlung nochmals bekräftigt und das Europäische Multistakeholder-Forum aufgefordert, bis Mitte 2004 entsprechende Leitlinien für Performancekriterien, Berichterstattung und Vertrauensbildung zu erarbeiten. Das Multistakeholder-Forum hielt sich hinsichtlich einer Empfehlung zur verpflichtenden Berichterstattung bedeckt: „There was a range of very different views on whether some form of mandatory declaration or reporting should be recommended or not“ (European Multistakeholder-Forum 2004: 123). Zu Form und Inhalt enthält der Endbericht des Forums aber, neben einem Verweis auf die Aktivitäten der GRI, vielfältige Hinweise.

8. Grenzen und Zukunft der Standardsetzung

Die Geschichte der Wirkung von Leitlinien und Standards der Nachhaltigkeitskommunikation und vorher der Umweltkommunikation deutet auf gewisse Grenzen der Wirksamkeit hin. So ist es durch Leitlinien und Standards allein kaum zu erreichen, dass überhaupt kommuniziert wird. Um eine breitere Berichterstattung jenseits des eher kleinen Kreises der multinationalen Unternehmen zu erreichen, müssten zusätzliche Maßnahmen ergriffen werden. Hier wird immer wieder, u.a. auf EU-Ebene, eine gesetzliche Regelung diskutiert.

Eine weitere treibende Kraft ist die zunehmende Testierung von Nachhaltigkeitsberichten die derzeit in Großbritannien schon weit verbreitet ist, (während die deutschen Unternehmen sich noch zurückhalten). Die Wirtschaftsprüfer würden eine Norm, die die Inhalte der Nachhaltigkeitsberichte klar umschreibt begrüßen, denn sie könnten diese Norm für die Prüfung der Berichte zugrunde legen. Ob diese Entwicklung tatsächlich zu einer stärkeren Vereinheitlichung führt, (wobei hier insbesondere die GRI Guide-

lines als eine wichtige Option betrachtet wird) hängt unter anderem davon ab in wie fern sich die Testierung durchsetzt (Clausen, Loew 2005).

Bei der Frage, wie kommuniziert wird, besitzen Leitlinien und Standards eine deutliche Lenkungswirkung in umweltrelevanten Branchen. Allerdings erfordert die Unterschiedlichkeit der Unternehmen, ihrer Zielgruppen und äußeren Randbedingungen oftmals spezifisch ausgerichtete Kommunikationskonzepte. Da die Unternehmenskommunikation eine feste Bastion der „Kreativen“ darstellt, also einer professionellen Berufsgruppe, die unter dem Druck steht, permanent Neues zu kreieren und sich so auch selbst identifiziert, wirken die Berichtsprofis zum Teil als Gegenkraft zu den Leitlinien und Standards, worunter jedoch Transparenz und Kontinuität leiden. Daher sollten freiwillige Leitlinien und freiwillige Standards immer mit Rankings und Auszeichnungen kombiniert werden, um deren Umsetzung zu fördern. Für die Kreativen ergibt sich damit ein neues, interessantes Spannungsfeld zwischen angemessenen Anforderungen und den eigenen, ergänzenden Kommunikationsideen.

Literatur

- AccountAbility (AA) (Hrsg.):* AA1000 Assurance Standard. Unter:
<http://www.accountability.org.uk/uploadstore/cms/docs/Assurance%20Standard%20for%20Web.pdf> (Stand: 04.10.2004). 1999
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) (Hrsg.):* The European Sustainability Reporting Awards. Unter:
<http://www.accaglobal.com/sustainability/awards/esra/> (Stand: 04.10.04). 2003
- Clausen, Jens / Loew, Thomas:* Mehr Glaubwürdigkeit durch Testate? Internationale Analyse des Nutzens von Testaten in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung Berlin Unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de (pdf-download). 2005
- Clausen, Jens / Loew, Thomas / Klaffke, Kathrin / Raupach, Michaela / Schoenheit, Ingo:* Der Nachhaltigkeitsbericht – ein Leitfaden zur Praxis glaubwürdiger Kommunikation für zukunftsfähige Unternehmen. Berlin. Unter: www.nachhaltigkeitsberichte.net (pdf-download). 2001
- Department of Trade and Industry (Hrsg.):* The Operating and financial Review Working Group on Materiality. Consultation Document, London. Unter: www.dti.gov.uk/cld/financialreview.htm (pdf download). DTI 2003

- Deutsches Institut für Normung (DIN) (Hrsg.):* Normenausschuss Grundlagen des Umweltschutzes im DIN (NAGUS) Sachstand/Aktivitäten Jahresbericht 2004 vom 31.12.2004. Unter http://www.nagus.din.de/sixcms_upload/media/1387/Jahresbericht2004.pdf Berlin 2004
- Europäische Kommission (Hrsg.):* Empfehlung der Kommission vom 30. Mai 2001 zur Berücksichtigung von Umweltschutzaspekten in Jahresabschluss und Lagebericht von Unternehmen: Ausweis Bewertung und Offenlegung, in Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften vom 13.6.2001, Brüssel.
- Europäische Kommission (Hrsg.):* Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung von Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. Unter: [http://europa.eu.int/comm/employment_social/publications \(pdf download\)](http://europa.eu.int/comm/employment_social/publications(pdf%20download).htm). 2002
- European Commission (Hrsg.):* A Sustainable Europe for a Better World: A European Union Strategy for Sustainable Development. Unter: http://europa.eu.int/comm/sustainable/pages/strategy_en.htm (pdf download) (Stand 26.01.2004). 2001
- European Multistakeholder Forum on CSR: Final Results & Recommendations.* Unter: forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm (pdf download) 2004
- future e.V. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) (Hrsg.):* Ranking der Nachhaltigkeitsberichte. Unter: <http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de> 2004
- Global Reporting Initiative (GRI) (Hrsg.):* Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichte, Sustainable Reporting Guidelines, Öffentlicher Entwurf zur Kommentierung der Pilotversuche, März 1999.
- Global Reporting Initiative (GRI) (Hrsg.):* Sector Supplements. Unter: <http://www.globalreporting.org/guidelines/sectors.asp> 2002
- Global Reporting Initiative (Hrsg.):* Sustainability Reporting Guidelines 2002. Unter: www.globalreporting.org (pdf download) GRI 2002
- Institut für Ökologie und Unternehmensführung (Hrsg.):* Research Provider. Unter: www.nachhaltiges-investment.org (o.J.)
- Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Institut für Markt – Umwelt – Gesellschaft (Hrsg.):* Nachhaltigkeitsberichterstattung – Praxis glaubwürdiger Kommunikation für zukunftsfähige Unternehmen. Erich Schmidt Verlag. Berlin. 2002
- International Standardisation Organisation (ISO) (Hrsg.):* Environmental Management. Unter: <http://www.iso.org/iso/en/prods-services/otherpubs/iso14000/index.html> 2004

- Loew, Thomas; Clausen, Jens*: Kriterien und Bewertungsskala zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten. Berlin. Unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de (pdf-download). 2005
- Loew, Thomas / Clausen, Jens / Westermann, Udo*: Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland: Ergebnisse und Trends im Ranking 2005. Berlin, Hannover. Unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de 2005
- Loew, Thomas; Ankele, Kathrin; Braun, Sabine; Clausen, Jens*: Bedeutung der CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die Anforderungen an Unternehmen. Unter: www.ioew.de und www.future-ev.de (pdf download). 2004
- Ministerium für Umwelt und Verkehr des Landes Baden-Württemberg (MUV Hrsg.)*: Zukunftsfähiges Wirtschaften. Ein Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen. Stuttgart. 2003
- Ministry of Housing Spatial Planning & the Environment (VROM) (Hg.)*: Environmental Reporting Decree. Unter: http://www.infomil.nl/overg/reglg/mlvsl/wetge/wmeng/_txt.htm (o.J.)
- Ohne Autor*: France requires Environmental Data in Annual Reports, in: Business and the Environment, Volume Xiii, No4, New York, April. 2002
- SustainAbility*: Trust Us: The 2002 Global Reporters Survey of Corporate Sustainability Reporting. London. 2002
- The Danish Green Accounts (Hg.)*: The Danish Green Accounts: Experiences and internal effects (online) <http://www.mst.dk/indu/05050000.htm> 2003
- United Nations Global Compact (Hrsg.)*: Guidelines for Communication on Progress. Unter: http://www.unglobalcompact.org/irj/servlet/prt/portal/prtroot/com.sapportals.km.docs/ungc_html_content/docs/guidance_note.pdf 2003
- Wirtschaftsprüferkammer (WPK) (Hrsg.)*: Deutscher Umwelt-Reporting Award der Wirtschaftsprüfungskammer. Unter: http://www.wpk.de/pdf/wpk-presseinformation_dura-2003-2004.pdf (pdf download) 2003

Corporate Responsibility als Bestandteil der globalen Geschäftsstrategie bei Siemens

Peter Ramm

Jedes Unternehmen muss seine Aktivitäten primär auf den geschäftlichen Erfolg ausrichten. Wesentliche Erfolgsfaktoren sind dabei unternehmerische Spitzenleistungen (Business Excellence) auf den Feldern

- Finanzielle Solidität
- Prozessbeherrschung
- Mitarbeiterinsatz- und führung
- Kooperation mit Geschäftspartnern

Diese sachorientierten Felder sind eingebettet in einen wertorientierten Rahmen unternehmerischer Verantwortung (Corporate Responsibility). Er umfasst Themen, die deutlich über das hinausgehen, was in der öffentlichen Diskussion üblicherweise unter der Überschrift CSR (Corporate Social Responsibility) behandelt wird. Im Wesentlichen geht es um folgende Punkte.

- Verlässlichkeit, Integrität und Fairness im Wettbewerb
- Corporate Governance, Risiko-Management, Transparente Berichte
- Corporate Responsibility in der Zulieferkette
- Umweltverantwortung, Sicherheit und Gesundheit, Qualität
- Innovationen und Produkte für eine bessere Welt
- Fortschritt für Entwicklungsländer
- Beiträge zur Gemeinschaft weltweit
- Förderung von Bildung und Wissenschaft
- Mitarbeiterorientierung, Vielfalt der Menschen und Kulturen

Bei ausschließlicher Orientierung am kurzfristigen Geschäftserfolg kommt ein Unternehmen möglicherweise zu dem Schluss, dass einzelne dieser Themen vernachlässigt werden können. Langfristiger Geschäftserfolg im Sinne der Nachhaltigkeit ist dagegen nur erreichbar, wenn allen Feldern der

Corporate Responsibility stetige Aufmerksamkeit gewidmet wird. Eine Spitzenleistung auch auf diesem Gebiet sichert Wettbewerbsvorteile. Business Excellence und Corporate Responsibility sind die zwei Seiten ein- und derselben Medaille, beide müssen gleichermaßen Bestandteil der Geschäftsstrategie sein.

Die Übereinstimmung mit den Prinzipien des Global Compact (Siemens ist Mitglied), den OECD-Guidelines und den universalen Grundsätzen der Vereinten Nationen und der ILO über Menschenrechte, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz ergibt sich bei diesem strategischen Ansatz gleichsam automatisch.

Nachfolgend werden die einzelnen Themen der Corporate Responsibility näher konkretisiert.

Verlässlichkeit, Integrität und Fairness im Wettbewerb

- Verlässlichkeit und Integrität sind Grundwerte für alle Geschäfte und gegenüber allen Stakeholdern (Mitarbeiter, Investoren, Geschäftspartner, Öffentlichkeit). Die aktive Förderung dieser Werte minimiert auch das Risiko öffentlicher Bloßstellung und daraus entstehender Schäden.
- Integrität und Fairness auch gegenüber Wettbewerbern.
- Die Instrumente:
 - Business Conduct Guidelines (werden alle zwei Jahre erneut von allen Führungskräften weltweit unterschrieben)
 - Programm zur Implementierung und Kontrolle, speziell entwickelt für die Prävention gegen Kartellverstöße und Korruption, weltweit umgesetzt.

Corporate Governance, Risiko-Management, Transparente Berichte

- Vertrauen durch frühzeitige Identifizierung von Risiken und Transparenz im Berichtswesen
- Vermeiden von Interessenkonflikten zwischen persönlichen und beruflichen Angelegenheiten

- Beachtung aller anwendbaren Gesetze und Regelungen
- Integrität bei der Behandlung von Finanzangelegenheiten und verantwortlicher, kontrollierter Umgang mit allen eingesetzten Betriebsmitteln
- System interner Kontrollen mit effektiver wechselseitiger Überprüfung, einschließlich des Siemens-Vieraugenprinzips
- Rechtzeitige und korrekte Erfassung aller Geschäftsvorgänge in den Büchern und vollständige, verständliche Offenlegung aller relevanten Fakten

Corporate Responsibility in der Zulieferkette

- Corporate Responsibility bedeutet auch Sorgfalt bei der Auswahl von Geschäftspartnern.
- Lieferanten müssen bei Siemens als Teil einer online Selbst-Erklärung bestätigen, dass sie definierte, allgemein anerkannte ethische Prinzipien beachten. Dies ist auch Teil des Auditierungsprogramms für Lieferanten.

Umweltverantwortung, Sicherheit und Gesundheit, Qualität

- Sachgerechtes Management von Umwelt, Sicherheit und Qualität führt zu optimierten Prozessen und damit zu Kosteneinsparungen. Es vermeidet Risiken und Gefahren für Mitarbeiter, Kunden und die Allgemeinheit.
- Ein entsprechendes Management-System muss enthalten:
 - Definition strategischer und operativer Ziele
 - Planung der Ressourcen für Expertise und Einrichtungen
 - Stetige Förderung des Bewusstseins durch Kommunikation und Training
 - Transparente und regelmäßige Dokumentation und Berichterstattung
 - Förderung der kontinuierlichen Verbesserung durch Ergebniskontrolle und Benchmarks
- Beispiel Umwelt
 - Emissionsminimierung, Schonung natürlicher Ressourcen und sparsamer Gebrauch aller Ressourcen, effektive Kontrollen

- Umweltschutz, technische Sicherheit und Gesundheitsschutz bereits als Vorgaben für die Produktentwicklung
- Qualitätsdesign und Umweltorientierung über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg (Produktion, Verpackung, Transport und Service, Wiederverwendung und Recycling)

Innovationen und Produkte für eine bessere Welt

- Innovative Produkte fördern Geschäftserfolg und gesellschaftlichen Fortschritt gleichermaßen – z.B. effiziente Energieerzeugung und –verteilung, energiesparende Geräte und Einrichtungen, umweltorientierte Mobilität, fortschrittliche Medizintechnik, IT-Lösungen, Umwelttechnologie
- Wiederverwendung ausgemusterter Produkte spart Ressourcen und schafft neue Geschäftschancen (z.B. generalüberholte Computertomographen verschaffen Patienten in Krankenhäusern mit begrenzten finanziellen Möglichkeiten Zugang zu high-tech Diagnose)
- Ein Unternehmen mit einem Produkt-Portfolio wie Siemens hat „innovative Verantwortung“

Fortschritt für Entwicklungsländer

Siemens und andere globale Unternehmen mit ihren Aktivitäten in Entwicklungsländern

- schaffen Arbeitsplätze und faire Bezahlung für die Menschen und für lokale Unternehmen, zahlen Steuern und implementieren generelle Grundsätze der Firmenpolitik (z.B. Umwelt, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Vielfalt/ Diversity, Geschäftsethik)
- transferieren technologisches und kaufmännisches Wissen, tragen zum Aufbau der Infrastruktur bei und bieten ein Netzwerk von Know-how, Wertvorstellungen und Ideen
- tragen als Corporate Citizen bei zu Ausbildung, zu sozialen Anliegen und zur Bekämpfung von HIV und Kriminalität (häufig in gemeinsamen Initiativen mit anderen Unternehmen und/oder Regierungen)

- entwickeln und schulen einheimische Kräfte, übertragen ihnen Verantwortung und ermutigen die offene Kommunikation
- respektieren die persönliche Würde, Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jedes Einzelnen, fördern die Vielfalt, betonen das Prinzip Integrität und schaffen so eine Atmosphäre, die zur Entwicklung einer an rechtsstaatlichen Prinzipien orientierten Gesellschaft beiträgt

Beiträge zur Gemeinschaft weltweit

- Angemessene Beiträge für öffentliche soziale Anliegen und die Förderung von Kunst und Kultur geben uns Profil als Corporate Citizen. Die Unterstützung des öffentlichen Engagements unserer Mitarbeiter fördert die Motivation.
- Solche Beiträge haben oft die Form von Spenden. Das Angebot technischen Wissens, von Management Know-how, organisatorischer und logistischer Erfahrung kann sogar nützlicher sein.
- Die schnelle und effiziente Notreparatur wichtiger Infrastrukturen in Katastrophenfällen empfiehlt uns als bevorzugten Lieferanten für die Zukunft (z.B. Energieverteilung, Kommunikation).

Förderung von Bildung und Wissenschaft

- Beiträge für Bildung und Forschung und Kooperationen mit Schulen und Universitäten erhöhen unsere Attraktivität als bevorzugter Arbeitgeber
- Unterstützung in verschiedensten Formen, nicht nur durch Geld (z.B. – Vorlesungen von Siemens-Experten – technologisches Wissen, ökonomische Prinzipien, soziale und interkulturelle Fähigkeiten)
- Spezielle Förderung von Frauen in der Technik im Rahmen des Firmenprogramms „Jugend und Wissen“
- Beteiligung an Initiativen in Entwicklungsländern zur Alphabetisierung und Förderung von Grundfertigkeiten

Mitarbeiterorientierung, Vielfalt der Menschen und Kulturen

- Respekt vor der Würde, Privatsphäre und den Persönlichkeitsrechten jedes Einzelnen ist ein Grundwert
- Vielfalt der Kulturen, Religionen, Nationalitäten, Hautfarben, des ethnischen und sozialen Hintergrunds, von Frauen, Männern und Altersgruppen ist eine Quelle von Talenten, Erfahrungen, Kreativität und Innovation
- Das Angebot von Berufsausbildung, Weiterbildung und Training stärkt unsere Mitarbeiter im Beruf und Siemens im Wettbewerb
- Durch unseren Führungsstil und unsere Personalinstrumente wird Raum geschaffen für persönliche und berufliche Entwicklung, Verantwortung anvertraut und das Wissensnetzwerk gestärkt
- Work-Life-Balance und Familienorientierung fördern die Motivation

Corporate Responsibility - ein Feld für Partnerschaft und Dialog

- Pflege der Beziehungen mit Kunden und Investoren, Einbeziehung der Mitarbeiter
- Public/private Partnerships auf dem Gebiet Corporate Citizenship (z.B. Bildung und Wissenschaft, Unterstützung sozialer Programme, Kunst und Kultur)
- Mitgliedschaft im Global Compact, Kooperation mit einschlägigen NGOs
- Berichterstattung für alle Stakeholder (Corporate Responsibility Website auf zentraler Ebene; in den meisten Landesgesellschaften Teil des Geschäftsberichts und des Web-Auftritts)
- Interner Dialog und Beteiligung an der öffentlichen Debatte, einschließlich kontroverser Themen

Schlussfolgerungen

- Corporate Responsibility ist wertorientiert und eng verknüpft mit den sachorientierten Feldern für Business Excellence.
- Corporate Responsibility ist ein geschäftliches Gebot für alle Manager, ihre Entscheidungen und ihre Strategie. Sie ist Bestandteil unseres Management Learning.
- Corporate Responsibility schafft eine Win-Win Situation mit Vorteilen für alle Stakeholder, für die Gesellschaft und auch für das Unternehmen.
- Corporate Responsibility hat moralische und gesetzliche Implikationen über den geschäftlichen Aspekt hinaus. Integrität, Beachtung des Rechts und erfolgreiches Geschäft gehören zusammen.
- Corporate Responsibility ist ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie
- Corporate Responsibility macht uns zum bevorzugten Partner von Investoren und Geschäftspartnern, zum bevorzugten Arbeitgeber und zu einem respektierten Corporate Citizen
- Corporate Responsibility sichert hohe Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltigen geschäftlichen Erfolg

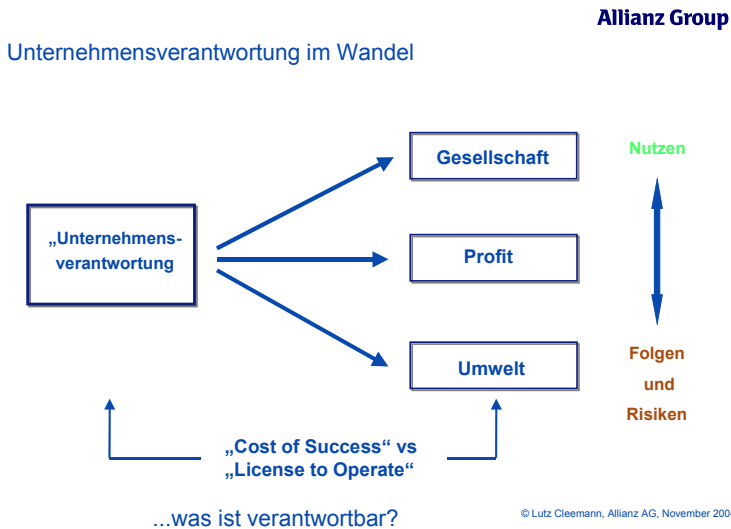
Unternehmensverantwortung in der Finanzdienstleistungswirtschaft am Beispiel Ethisches Investment

Lutz Cleemann

Das Verständnis der Verantwortung von Unternehmen hat sich – nicht zuletzt getrieben von Globalisierungseffekten, Firmenzusammenbrüchen mit fatalen sozialen Folgen und völlig überzogenen Gewinnversprechungen des „Neuen Marktes“ – in der vergangenen Dekade dramatisch verändert. Ironisch doch nicht ohne realem Hintergrund weist Ulrich Beck in einem Artikel der Süddeutschen Zeitung vom 20. Oktober 2004 auf einen Paradigmenwechsel hin, der dies drastisch vor Augen führt: „Was ist schlimmer als von einem multinationalen Unternehmen überrollt zu werden?“ fragt er und gibt auch gleich selbst die Antwort: „Nicht von einem multinationalen Unternehmen überrollt zu werden“.

Milton Friedman hat seinerzeit die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung noch einzig in der Erzielung von Gewinnen gesehen. Heute wird nicht nur nach dem wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen gefragt. Unternehmensverantwortung bemisst sich vielmehr an der Bilanz der unternehmerischen Aktivitäten von Mehrwert für Kunden, Anteilseigner und Mitarbeiter auf der einen Seite und unbeabsichtigten Folgen und Risiken sowie den gesellschaftlichen Erwartungen andererseits.

Jedes Produkt und jede Dienstleistungen, die Unternehmen herstellen oder erbringen, hat einen Preis, sei es der irreversible Verbrauch natürlicher Ressourcen, CO₂-Emissionen oder der Einsatz von menschlicher Arbeitskraft und Lebenszeit. Nur ein gesellschaftlich akzeptierter „Cost of Success“ im Hinblick auf den Mehrwert, den ein Unternehmen schafft, garantiert auf Dauer die gesellschaftliche „License to Operate“ für ein Unternehmen.



1. Gesellschaftliche Erwartungen: Vielfalt – Veränderungen – Konflikte

Natürlich sind viele der gesellschaftlichen Erwartungen an Unternehmen in Gesetzen und Vorschriften geregelt. Aufsichtsbehörden sowie Sanktionsmechanismen bis hin zu Strafandrohungen sorgen für ihre Einhaltung.

Die Leistungskraft und Innovationsfähigkeit unserer Wirtschaft beruht allerdings auf unternehmerischem Freiraum, Entrepreneurship und der Möglichkeit, Gewinne zu erwirtschaften.

Mit dieser unternehmerischen Freiheit geht eine ethisch-unternehmerische Verantwortung einher, die über das hinausgeht was gesetzlich geregelt werden kann. Dieser Verantwortung stellt sich die Allianz z.B. durch interne Compliance Regelungen; die Anerkennung der OECD-Guidelines für multinationale Unternehmen; die Unterzeichnung des Global Compact mit der globalen Selbstverpflichtung der Einhaltung von Menschenrechten, Sozialstandards und Umweltschutz; das Bekenntnis zu einer nachhaltigen Entwicklung im Sinne der „Triple-Bottom-Line“ und einen aktiven

Stakeholder Dialog zu zahlreichen Themen wie Globalisierung und Risiko-management, Unisex and Diversity oder Reform der Sozialsysteme.

Die Verantwortung der Unternehmen in diesem Sinne wird von den unterschiedlichen Stakeholdergruppen jedoch sehr verschieden gesehen. Sie reichen von der Maximierung des Profits bis hin zum Klimaschutz und umfassen Zeithorizonte von Monaten bis hin zu geologischen Zeiträumen.

Allianz Zentrum für Technik GmbH

Allianz Group

Gesellschaftliche Erwartungen an die Unternehmensverantwortung sind vielfältig...

<u>“Stakeholder”</u>	<u>Anforderung</u>	<u>Zeithorizont</u>
<ul style="list-style-type: none"> •Shareholder •Management •Parteien •Kirchen •Staat •Medien •NGO 	<ul style="list-style-type: none"> •Gewinnmaximierung •Leistungsfähigkeit •Arbeitsplätze •Ethik / Moral •Steuern •Transparenz •Klima-/Naturschutz 	<ul style="list-style-type: none"> •Quartal •Jahre/Dekaden •Legislaturen •Dekaden/Jahrhunderte •Jahre •Stunden/Tage •Erdzeitalter

und stehen teilweise im Konflikt...

Allianz Group**Dilemmas:**

•Wirtschaftswachstum	versus	Schutz der Rohstoffe
•Innovation	versus	Neue Risiken
•Mobilität	versus	Klimawandel
•Profitabilität	versus	Verlust von Arbeitsplätzen
•Wettbewerbsfähigkeit	versus	Sozialleistungen
•Flächenverbrauch	versus	Biodiversität
•Investitionen	versus	Ethische Risiken ?

© Lutz Cleemann, Allianz AG, November 2004

Es ist leicht einzusehen, dass diese unterschiedlichen Erwartungen nicht gleichzeitig ohne Einschränkungen erfüllbar sind. Absolute Forderungen führen leicht zu nicht auflösbaren Konflikten und Dilemmas. Hinzu kommt, dass sich gesellschaftliche Werteskalen im Lauf der Zeit verändern, d.h. die Rangfolge der Gewichtung der einzelnen Erwartungen verschiebt sich.

Für Finanzdienstleister, deren Geschäft sehr langfristig ausgelegt ist und zudem in besonderem Maße auf Vertrauen aufbaut, birgt das erhebliche Risiken in sich, die einen weitsichtigen Umgang auch mit ethischen Fragen der Gesellschaft erfordern.

2. Unternehmensverantwortung und Ethik

Ich möchte die Problematik ethischer Risiken und wie wir mit diesen Risiken umgehen anhand von drei Fragen diskutieren:

- 1) Was sind ethische Risiken in unserem Geschäft?
- 2) Warum sollte sich die Allianz um ethische Risiken kümmern?
- 3) Wie steuern wir den Umgang mit ethischen Risiken?

Was sind ethische Risiken in unserem Geschäft - Beispiele aus der Allianz:

Das erste Beispiel betrifft den Umgang des Unternehmens mit jüdischen Mitarbeitern im Dritten Reich. Nicht nur, dass die NS Diktatur die Lebensversicherungen jüdischer Kunden kassierte (Anmerkung: Die Allianz hat sich daran nicht bereichert, sondern war verpflichtet, die Werte der Policen von deportierten Juden auf Sperrkonten einzuzahlen, die die NS Diktatur dann konfiszierte), sie zwang auch die Unternehmen, ihre jüdischen Mitarbeiter zu entlassen.

Auch die Allianz war diesem Druck ausgesetzt. In einigen Fällen gelang es dem Unternehmen, jüdischen Managern eine Position im Ausland zu verschaffen. In vielen Fällen jedoch wurden die jüdischen Mitarbeiter entlassen. Viele von ihnen kamen in Konzentrationslagern ums Leben. Dieses Fehlverhalten und eine unzureichende Aufarbeitung in der Nachkriegszeit entwickelte sich fünf Jahrzehnte später zu einem – wie wir es nennen – ethischen Risiko. Dann nämlich, als die letzten Überlebenden dieser Ära das Handeln der Banken und Versicherungen hinterfragten und in diesem Fall die Allianz feststellen musste, dass sie ihre Hausaufgaben in Geschichte sehr vernachlässigt hatte.

Prof. Gerald Feldman von der University of California in Berkeley holte dies mit einem Team junger Historiker im Auftrag der Allianz nach und veröffentlichte 2001 nach vierjähriger Forschung das Buch „Allianz und die deutsche Versicherungswirtschaft 1933-1945“. Durch den späten, aber dafür umso transparenteren und ehrlicheren Umgang mit der Geschichte konnte – wie die Erfahrung heute zeigt - auch ein dauerhafter Reputationschaden vermieden und Vertrauen gewonnen werden.

Ein anderer Fall ist jüngerer Datums. Hier dreht es sich um die Frage, welche Art und Höhe von Geschenken oder Zuwendungen zu und von Managern gesellschaftlich akzeptabel sind und welchem Zweck sie dienen. Sie werden sich vielleicht an die sogenannte „Welteke-Affäre“ erinnern. (Erläuterung: Es handelte sich um den früheren Chef der Bundesbank, der eine Einladung der Dresdner Bank, eine Tochtergesellschaft der Allianz Gruppe, für ein Festbankett anlässlich der Jahrtausendwende angenommen hatte). Auch wenn die Vorwürfe weniger dem Unternehmen gelten, löste der Vorgang intensive Debatten auch innerhalb der Allianz aus. Die Neufassung des Code of Conducts sorgt nun noch deutlicher für Verhaltensklarheit.

Ein drittes Thema aus dem Versicherungsgeschäft sind Haftpflichtversicherung für Produzenten von Landminen. Eigentlich ein „großartiges“ Geschäft für einen Versicherer. Denn welches afghanische Kind, das in den Bergen Afghanistans auf eine Landmine tritt, wird schon das produzierende Unternehmen auf Schadenersatz verklagen? Dennoch zeichnen wir ein solches Geschäft nicht – aus der Überzeugung, dass dies moralisch nicht zu vertreten wäre und dass unsere Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre und eine wachsame Öffentlichkeit uns die ethischen Grenzen unseres Handelns aufzeigen würden. Unsere Reputation würde Schaden nehmen, wenn wir diese Grenzen überschreiten würden.

Warum sollte sich die Allianz um ethische Risiken kümmern?

Finanzprodukte sind Leistungsversprechen für die Zukunft - bei einer Lebensversicherung der Allianz für einen durchschnittlichen Zeitraum von 27 Jahren. Der Kunde, der bei der Allianz sein Geld investiert, muss darauf vertrauen können, dass er seine Lebensversicherung auch in 30 oder 50 Jahren noch ausbezahlt bekommt. Der richtige und verantwortungsvolle Umgang mit Risiken – faktisch und in den Augen der Stakeholder - ist dabei eine der wesentlichen Voraussetzungen für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung, ohne die eine Einlösung dieser Zahlungsverprechen nicht möglich ist.

Die Allianz managt ein Gesamtvermögen von über eine Billion Euro für mehr als 60 Millionen Kunden weltweit. Das bedeutet: Vertrauen ist die wichtigste Währung in diesem Geschäft der Allianz. Sie basiert auf einer gemeinsamen Wertebasis – auf einer ethischen Grundhaltung.

Die Unternehmenspolitik der Allianz muss also insbesondere den ethischen Risiken, die aus der oben beschriebenen Verantwortung erwachsen, Rechnung tragen. Ethische Risiken zerstören, wenn sie sich realisieren, die Vertrauensbasis und stellen somit eine reale Gefahr für die Allianz als Finanzdienstleister dar. Unser Geschäft hängt sehr viel mehr von Vertrauen ab als das Geschäft manch anderer Branchen. Die Beispiele machen sehr deutlich, dass, wenn wir uns nicht um das Vertrauen unserer Stakeholder bemühen, wir unser wichtigstes „Asset“ verlieren. Vertrauen ist so etwas wie unsere „License to Operate“.

Wie steuern wir den Umgang mit ethischen Risiken?

Allianz Strategie Nachhaltiger Entwicklung

Verantwortungsvolle unternehmerische Aktivität ist auf gesellschaftlichen Mehrwert gerichtet, generiert aber unvermeidlich auch unbeabsichtigte Folgen und Risiken. Das gilt auch für die Allianz. Die Nachhaltigkeitsstrategie der Allianz ist darauf gerichtet, eine gesellschaftlich akzeptierte Bilanz von Mehrwert und Folgen und Risiken für Gesellschaft und Umwelt zu erreichen. Der Mehrwert, den die Allianz schafft, muss die Folgen und Risiken – die “Costs of Success” rechtfertigen. Gesteuert wird diese Allianz Strategie von einem internationalen Management-Team der wichtigsten Tochtergesellschaften der Allianz Gruppe.

Stakeholderdialog

Ein systematischer Stakeholderdialog hilft uns, einerseits die Erwartungen, Wertvorstellungen, Bedenken und Ängste der Gesellschaft zu verstehen und gibt uns andererseits auch die Möglichkeit, die Rand- und Rahmenbedingungen, die Regeln und Usancen für unser Geschäft den unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppierungen zu erläutern. Einschlägige Nachhaltigkeitsratings wie der Dow Jones Sustainability Index (DJSI) oder FTSE 4 Good – um nur zwei der wichtigsten zu nennen – sind der Maßstab unserer Leistungsfähigkeit bezogen auf diese Anforderungen.

Code of Conduct

Leitlinie für das ethische Verhalten unserer mehr als 160.000 Angestellten – Mitarbeiter und Manager gleichermaßen – bildet unser verbindlicher Code of Conduct. Hier ist beispielsweise unsere Null-Toleranzpolitik in Bezug auf Diskriminierung, Bestechung und Insiderhandel festgelegt. Er gibt aber auch die notwendige Orientierung zur Beachtung der Menschenrechte, sozialer Gerechtigkeit, für den Umweltschutz und die Wahrung der professionellen Unabhängigkeit unserer Geschäfts- und Gesprächspartner.

Risikopolitik

Unsere Risikopolitik ist die Basis für unser Geschäft, sie ist in unserer „Allianz Group Risk Policy“ festgelegt. Sie beschreibt unsere allgemeinen Leitlinien wie wir mit Risiken – seien es Versicherungsrisiken, Kreditrisiken, Anlagerisiken oder auch operationelle Risiken – umgehen. Dabei geht es nicht nur um Finanz- und Geschäftsrisiken, sondern auch um Reputationsrisiken und alle anderen, nicht-materiellen Risiken.

Ethik und Investments – ein Widerspruch?

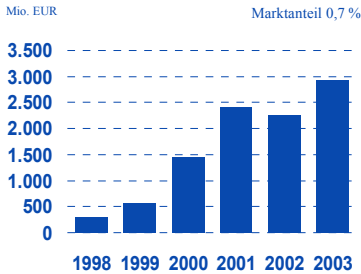
Geld bedeutet, wie bereits verdeutlicht, Einfluss - mit mehr als einer Billion Euro ist die Allianz der zweitgrößte Asset Manager der Welt, und Einfluss bedeutet Verantwortung. Industrielle Produkte können in der Regel nur realisiert werden, wenn sich ein Versicherer bereit erklärt, Haftungsrisiken zu übernehmen. Die Rolle des Finanzdienstleisters bringt es deshalb mit sich, dass er fast in allen Bereichen unserer Wirtschaft mit über Realisierung oder Verhinderung von Innovationen und Investitionen entscheidet. Zudem gibt es kaum eine Innovation, die, neben einer Versicherung, nicht auch Investition und Finanzierung über den Kapitalmarkt erfordert. Natürlich hat die Finanzbranche nicht das politische Mandat und auch nicht das bessere Wissen und moralische Gewissen alles zu entscheiden. Gleichwohl bedingt ihre Rolle Mitverantwortung.

Einer der Ansätze, dieser Verantwortung gerecht zu werden sind Nachhaltigkeitsfonds. Solche Fonds beschränken sich auf Engagements in Unternehmen, die nachweislich dem Grundsatz nachhaltiger Entwicklung folgen. Dabei steht das Prinzip Nachhaltigkeit für ökonomischen Erfolg durch und nicht trotz Wahrung des Umweltschutzes und Beachtung sozialer Standards. Ein ethischer Grundsatz für alle diese Investments ist Transparenz. Und der Erfolgsgrundsatz ist wie bei allen Investments auch der ökonomische Erfolg.

Spezifische Produkte wie Ethische Investmentfonds verzeichnen heute substanzielle Wachstumsraten. Gleichwohl darf nicht übersehen werden, dass diese Fonds bezogen auf den Gesamtmarkt noch eine Nische darstellen.

Allianz Group

Wachsendes Interesse an Nachhaltigkeitsprodukten ...



Hohe Nachfrage...

83% der deutschen Bevölkerung möchte, dass die Ersparnisse für die Alterssicherung in Unternehmen investiert werden, die weder umweltschädliche Produkte erzeugen noch die Menschenrechte missachten.¹

...sucht Angebot.

Sowohl von privater wie von institutioneller Seite gibt es laut Umfragen mehr Nachfrage nach Sustainability-Produkten als von Finanzinstitutionen derzeit angeboten wird.²

¹ Ministerium für Umwelt und EMNID
² Ministerium für Umwelt

Hohes Marktwachstum auf niedrigem Niveau von Nachhaltigkeitsfonds in Deutschland.

Publikumsfonds; Quelle: www.ethischesinvestment.de (2004), Franck(1999), Weber (2002)

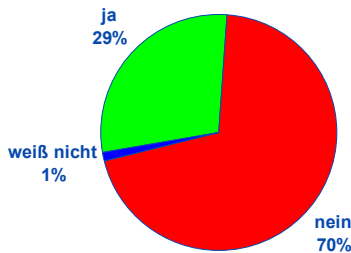
© Lutz Cleemann, Allianz AG, November 2004

Dem latenten hohen Interesse an Nachhaltigen Kapitalanlagen z.B. in Deutschland steht allerdings heute noch keine entsprechende reale Nachfrage gegenüber. Das hat verschiedene Gründe:

Allianz Group

... jedoch mangelnde Kenntnis der Produktklasse ...

„Haben Sie schon einmal von nachhaltigen Geldanlagen gehört?“:



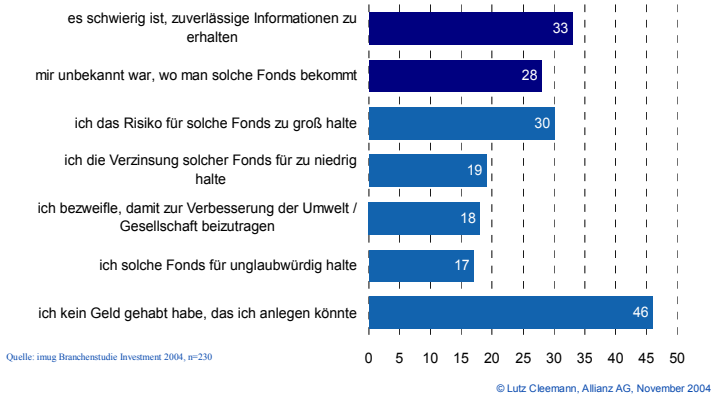
Quelle: imig Branchenstudie Investment 2004, n=1000

© Lutz Cleemann, Allianz AG, November 2004

Allianz Group

... und der Produkte halten Sie vom Kauf ab.

„Wenn Sie nachhaltige Geldanlagen kennen, warum haben Sie nicht investiert?“:



3. Schlussfolgerung

Voraussetzung für eine gezieltere Nachfrage für ethische Geldanlagen sind mehr Information und Transparenz des Marktes.

Voraussetzung für den tatsächlichen Kauf dieser Produkte ist ihr ökonomischer Erfolg.

Wenn die Nachfrage weiter steigt, wird sich auch das Angebot verbreitern und auch die Erfolgchancen vergrößern.

Das Wachstumspotential Nachhaltiger Kapitalanlagen in Europa verspricht eine Entwicklung vom Nischenprodukt zur wettbewerbsfähigen Standardanlage.

Das Verständnis der Allianz zu ihrer Unternehmensverantwortung und ihrem Umgang mit ethischen Risiken möchte ich abschließend in drei Thesen zusammenfassen:

- 1) Ethische Risiken gefährden das Vertrauen zwischen Unternehmen und seinen Stakeholdern. Deshalb hat die Allianz im Risiko Management Prozesse etabliert, die ethische Risiken einbeziehen.

- 2) Vertrauen als zentraler Wert in der Finanzdienstleistung wird zum entscheidenden Differenzierungs- und Wettbewerbsmerkmal des Finanzmarktes.
- 3) Gerade in der Vermögensverwaltung eröffnen ethische Geldanlageprodukte neue Geschäftsfelder. Die Herausforderung ist hier die Wahl der richtigen Kriterien für ökonomischen Erfolg.

Das Ziel ist Zukunftstauglichkeit – Unternehmen und NGOs in Konflikt, Dialog und Kooperation über Limits, Standards und Freiwilligkeit

Klaus Milke

Seit den gar nicht lange zurückliegenden großen Bilanzskandalen (ENRON etc.) gibt es unter dem Stichwort *Corporate Governance* eine weltweite Debatte über die Notwendigkeit der größeren Beachtung von Risiken in der Gesamtsteuerung und Berichterstattung von Unternehmen. Gleichzeitig hat sich von Rio 1992 über Johannesburg 2002 der Diskurs über den Beitrag von Unternehmen und der Wirtschaft für eine globale nachhaltige Entwicklung (was manche als *Corporate Social Responsibility* übersetzen) verdichtet. Beide Problemkreise – Corporate Governance und Nachhaltigkeitsdiskurs - gehören meines Erachtens und - wie ich noch zu zeigen versuche - notwendig zusammen.

Zur Überschrift meines Beitrags und, warum ich hier von *Zukunftstauglichkeit* spreche, die insbesondere die an die Wirtschaft gerichtete Vorbemerkung: nicht alles was (z.B. technisch) für die Zukunft fähig erscheint, ist auch dafür tauglich. Das zeigen uns heute die ökologischen und sozialen Folgen des globalen Wirtschaftens.

In acht Punkten möchte ich zur Diskussion über „Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen: Chancen und Grenzen“ beitragen. Dies aus der Sicht einer NGO, die seit vielen Jahren auf unterschiedlichsten Ebenen mit Unternehmen kooperiert, mit vielen im Dialog, aber auch mit manchen im Konflikt steht, und von jemandem, der selbst (ich bin Ökonom) für eine Zeitlang kaufmännische Verantwortung in einem mittelständischen Unternehmen getragen hat.

Meine acht Impulssetzungen sind:

- 1) Was steht global auf dem Spiel?
- 2) Die zentralen Akteure: von den Pionieren zum Mainstreaming

- 3) Konflikt – warum?
- 4) Dialog – worüber?
- 5) Kooperation – aber wie?
- 6) Regulation vs. Freiwilligkeit
- 7) Transparenz als Grundvoraussetzung
- 8) Schlussfolgerungen

Zunächst einige kurze, aber notwendige Skizzierungen dazu, wo wir als Weltgemeinschaft heute gegen Ende des Jahres 2004 stehen. Wir stehen ja inzwischen im 21. Jahrhundert, mitten im Zeitalter des zur Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung von Rio 1992 entwickelten Aktionsplans 21 der Vereinten Nationen, der sogenannten Agenda 21.

1. Was steht global auf dem Spiel?

Fünf zentrale Herausforderungen möchte ich nennen, die eigentlich jedem klar machen müssen, dass sie oder er, aber auch große Unternehmen nicht alleine auf diesem Planeten leben. Und dass alle, vor allem aber die Schwächsten auf dem Globus, zunehmend größeren Risiken und Gefahren ausgesetzt werden. Wirklich alle Menschen und Staaten sind je nach ihren Möglichkeiten, aber auch gemessen an ihrer Verantwortung gehalten, unverzüglich zu Lösungen beizutragen und nicht nur kurzatmiges Krisenmanagement oder gar „business as usual“ zu betreiben.

- Der globale **Klimawandel** nimmt dramatisch zu und wird immer sichtbarer, damit zusammenhängend verdichten sich Wasser-, Boden-, Gesundheits- und Ernährungsprobleme weltweit.
- Das Ziel der **Armutsreduzierung** um die Hälfte bis 2015 (die sog. Millennium Development Goals der Vereinten Nationen) wird nicht erreicht werden können. Mit uns heute lebende Generationen haben keine Chancen zum menschenwürdigen Leben, ja zum Teil nicht einmal zum Überleben.
- Der Schwund der weltweiten **Artenvielfalt** wird nicht gestoppt. Sukzessive und schleichend verschwinden unwiederbringliche Schätze, die sich über Jahrmillionen entwickelt haben.

- Die **Weltbevölkerung** nimmt weiter zu: die Negativeffekte der Globalisierung wie Schmutz und Zerstörung und der enorme Ressourcen verschlingende **Energiehunger** wachsen ebenfalls drastisch.
- Niemand ist ausgenommen, denn alle sind mit **wachsender Unsicherheit** konfrontiert, dies vor allem auch durch die Zunahme der privaten Gewalt und Terroraktivitäten und beispielsweise die Proliferationsgefahr (Weiterreichung und Nutzung von Nuklearwaffen). Insele der Sicherheit gibt es nicht mehr.

Vor diesem beunruhigenden Hintergrund ist es eine sehr offene Frage, ob die Nachhaltigkeits-Zielsetzung von Rio 1992 „*die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigen, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können*“ (nach Brundtland-Kommission zu Sustainable Development) wirklich jemals erreichbar ist.

Sicher haben der Rio- und der Johannesburg-Prozess und die Agenda 21 einiges Bemerkenswertes auf den Weg gebracht. Es wurden bitter notwendige und auch durchaus entscheidende Markierungen gesetzt wie zum Beispiel,

- dass Entwicklungsfragen und „Umweltprobleme unbedingt zusammen gehören und
- nur ein multilateraler, globaler Ansatz, der auch völkerrechtliche Verpflichtungen für die Staaten dieser Welt und ihre Akteure einbezieht, zielführend sein kann.

Doch wirklich entscheidenden Lösungskonzepten angesichts der globalen Bedrohungen sind wir noch nicht näher gekommen. Es hat vielmehr ein umfassender Such- und zum Teil mühseliger Verhandlungsprozess (vgl. Kyoto) begonnen, der die Rio-Ziele zu übersetzen und zum Teil auch zu implementieren versucht.

Begriffe wie

- Nachhaltigkeit
- Tragfähigkeit
- Dauerhaftigkeit
- Überlebensfähigkeit
- Zukunftsfähigkeit
- Zukunftstauglichkeit

versuchten, das englische „Sustainable Development“ operationabel zu machen – oder auch gerade nicht, weil leider bestimmte Akteure eher an einer Verwässerung und weiteren Inaktivität Interesse hatten.

Die überlagernden und anscheinend wichtigeren Fragen der Ökonomie, der Wettbewerbsfähigkeit, des kurzfristigen Shareholder-Value und der wirtschaftlichen Machbarkeit haben sich konkurrierend in den Vordergrund geschoben.

Heute muss man daher wohl nachdrücklich zur Korrektur mahnen und feststellen, dass das gern bemühte Drei-Säulen-Schema der Nachhaltigkeit in die Irre führt, wenn man dabei drei gleich geordnete und gleichgewichtige Säulen zugrunde legen will. In ökologischer Hinsicht sind ganz offensichtlich Limits und Grenzen schlicht und einfach vorgegeben. Sonst treten irreparable Schäden auf. Auch bei der sozialen Dimension ist eine Überlastung oder auch weitere Verarmung nur auf Kosten von mehr Konflikten und noch mehr Unsicherheit zu erreichen. Die Bedürfnisse von allen Menschen sollen ja befriedigt werden und umfassend Leben geschützt werden. Die als gleich geordnet postulierte ökonomische Funktion ist dem gegenüber eine dienende und unterstützende Kraft, die beide Säulen, die soziale und die ökologische quasi tragen bzw. ermöglichen soll.

2. Die zentralen Akteure: von den Pionieren zum Mainstreaming

Politik, Wirtschaft, Medien und Zivilgesellschaft / NGOs sind im gesellschaftlichen Geschehen die wichtigsten großen Akteursgruppen, die es zu unterscheiden gilt.

Offensichtlich ist, dass diese in sehr ungleichen Kräfteverhältnissen agieren und reagieren.

Die Wirtschaft, insbesondere die multinational agierenden Unternehmen stellen das stärkste Kräftepaket dar. Nationale Regierungen verlieren zunehmend an Gestaltungsmacht. Und nicht selten sperren wichtige Teile der Wirtschaft sich gegen neue Anforderungen und Lösungswege.

Umfassend angelegte Nachhaltigkeitsstrategien müssen daher die Wirtschaft dringend mit einbeziehen. Deren Grad des Engagements bestimmt mit über die Realisierbarkeit und die Durchsetzung solcher Strategien.

Nicht selten ist es angesichts von großer Schwerfälligkeit und Widerständen sehr wichtig, einige wenige forsche Pioniere in der Wirtschaft zur Entfaltung neuer Bewegung zu gewinnen. Nach dem Motto: einige beginnen und sie zeigen was geht, – doch alle sollten folgen.

Gute und gut kommunizierte Erfahrungen der Pioniere (sog. best practises) und ggf. zusätzliche (staatliche?) Anreize sind deshalb notwendig, um danach in die Breite gehen zu können und ein kraftvolles Mainstreaming zu versuchen.

Für ein Mainstreaming sind Antworten zu folgenden zwei Grundfragen erforderlich:

- „Was sind für Wirtschaft die Benefits des Tuns?“ und aber auch
- „Was sind die Risiken des Nichtstuns?“

In den (auch im bescheidenen Umfang von Germanwatch mitbetriebenen) relevanten Beispielen

- Entwicklung des Grünen Investments
- Aktivitäten für mehr Klimaschutz
- Ausbau der Erneuerbaren Energien

haben genau diese zwei Fragen eine entscheidende Rolle gespielt.

3. Konflikte – warum?

Nachhaltigkeitsziele, soziale und/oder ökologische Normen werden selten ohne Widerspruch und konfliktfrei realisiert. Ganz im Gegenteil, es geht häufig um sehr handfeste und höchst unterschiedliche materielle oder immaterielle Interessen und Werte. Das ist jedoch auch nichts Erstaunliches.

Nicht selten werden auch bereits existierende Ziele, Werte oder Wertvorstellungen durch Wirtschaftsakteure deutlich verletzt.

Dann sollte die Politik aktiv werden und es gibt es aus der Zivilgesellschaft heraus nicht selten öffentlichen Protest. Verschiedenste Formen von Beschwerdewegen werden beschritten und natürlich wird auch der Ruf nach gesetzlichen / völkerrechtlichen Beschränkungen und Sanktionen laut.

Krasse Beispiele sind:

- die Konflikte um den zivilen Einsatz von Kernenergie in Deutschland
- die Auseinandersetzung um die Brent Spar und Shell
- der Fall WestLB und die Finanzierung einer Öl-Pipeline im Regenwald von Ecuador
- Kritik an der Hermes-Exportversicherung wegen der Förderung von klimaaunfreundlichen Technologien

Als Beispiel für Beschwerdeverfahren sei hier etwas ausführlicher genannt: Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind Empfehlungen von Regierungen für verantwortungsvolles Verhalten von Unternehmen. Mit dem Projekt KodexWatch möchte Germanwatch zum einen die Informationen über die OECD-Leitlinien verbreiten und sie damit stärker bekannt machen. Zum anderen möchte Germanwatch insbesondere den Beschwerdemechanismus der OECD-Leitsätze nutzen.

Aktuelle Fälle für öffentlich gemachte Konfliktfälle sind:

- **Bayer AG**
Beschwerde gegen den Chemiekonzern wegen Kinderarbeit in Indien
- **Continental AG**
Beschwerde gegen den Reifenhersteller wegen Verletzung der OECD-Leitsätze in Mexiko/Euzkadi.

Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind ein wichtiges Instrument, um das Verhalten von Unternehmen in Entwicklungsländern verantwortlicher zu gestalten. Dies gilt insbesondere für die Bereiche Menschen- und Arbeitnehmerrechte sowie Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Doch die Reichweite der Beschwerdemechanismen ist auf „name and shame it“ begrenzt. Sanktionen gibt es nicht. Hier gilt es weiter nachzulegen.

4. Dialog - worüber?

Neue Lösungen anstrebender und dazu grenzüberschreitender Dialog kann jedoch in bestimmten Fällen jenseits vom Konflikt ebenfalls angebracht sein.

Folgende Prämissen können nämlich vorliegen:

- offene und gänzlich neue globale Fragen (Klima, Energie, Wasser, Ernährung....)
- unmittelbar anstehende weltweite Konflikte
- Ratlosigkeit über einzuschlagende Lösungswege
- offensichtliche Gemeinschaftsaufgaben
- gemeinsame Ziele oder zumindest Teilziele
- Lernbereitschaft
- Kommunikationsvermögen

Germanwatch hat in diesem Kontext auf Landesebene in Nord-Rhein-Westfalen die Eine-Welt-Promotorenstelle „Dialog mit der Wirtschaft“ übernommen und sehr lehrreiche Prozesse durchschritten bzw. in die Wege geleitet.

Ein besonderes Lern- und Dialogforum ist auch der von Kofi Annan begründete, heute mit 10 Prinzipien arbeitende „Global Compact“, an dem sich mittlerweile mehr als 1000 Unternehmen beteiligen.

5. Kooperation – aber wie?

Noch weitergehend über den Dialog hinaus kann auch Kooperation zwischen Wirtschaft und NGOs notwendig sein.

Dies aus folgenden Gründen

- zur Erreichung von gemeinsamen Zielen
- zur Schaffung größerer Überzeugungskraft und Reichweite
- weil dadurch Politik stärker in Bewegung gesetzt werden kann
- zur Verstärkung der öffentlichen Kommunikation und Transparenz

Germanwatch-Beispiele in diesem Zusammenhang sind

- Grünes Investment / die Entwicklung einer Transparenzklausel in der Riester-Rente
- der Aufbau eines „European Business Council for Sustainable Energy“ zur Neutralisierung der klimafeindlichen “Global Climate Coalition”

- Initiierung der Pro-Kyoto-Wirtschaftskampagne „e-mission 55“ zusammen mit dem WWF

Wesentliche Voraussetzung für eine zeitweilige Kooperation ist, dass die Unabhängigkeit und Freiheit der NGO gewährleistet bleiben muss. Sonst kann es zu gravierenden Glaubwürdigkeitsproblemen kommen.

Sogenannte „strategische Allianzen“ zwischen Wirtschaft und NGO sind nach unseren Erfahrungen möglich, wenn

- wesentliche Teilziele übereinstimmen
- eine Befristung vorgesehen ist
- man sich um gleiche Augenhöhe und Vertrauen bemüht hat
- keine Abhängigkeiten aus der Allianz entstehen
- kein generelles Green- oder Blue Wash (Ausstellen von Ablass-scheinen) damit verknüpft wird.

6. Regulation vs. Freiwilligkeit

Zunächst sei zentral festgehalten:

- Ohne weltweit verbindliche Regeln wird es auf längere Sicht bei den großen Herausforderungen zu Entwicklung und Umwelt nicht gehen, da die globalen Bedrohungen zu gewaltig sind.
- Die Politik muss bei der Setzung solcher Regeln eindeutig das Primat haben, nur sie hat die demokratische Legitimation dazu.
- Pro-Aktives (freiwilliges) Handeln – also bevor es verbindliche Regeln gibt – ist unbedingt erforderlich und kann auch ökonomisch sehr sinnvoll sein.
- Rasche intelligente Lösungen, an denen alle Akteure mitwirken, sind dazu gefragt.

Zu unterscheiden sind zwischen state-driven und market-driven Ansätzen:

- sanktionsfähige völkerrechtliche Verpflichtungen / nationale Gesetze (z.B. die UN-Klimarahmenkonvention und das Kyoto-Protokoll, die Emissionshandelsrichtlinie auf EU-Ebene und der deutsche Nationale Allokationsplan zum Emissionshandel)

- soft law-Ansätze: bei den so genannten „UN-Normen für Multinationale Unternehmen“ handelt es sich nicht um einen völkerrechtlich bindenden Vertrag, sondern um sogenanntes "soft law". Auch die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ist ein solches "soft law"-Dokument genauso wie z.B. die „Social Accountability 8000“
- freiwillige Standards: Selbstverpflichtungen und CSR-Ansätze (Corporate Social Responsibility)

Unserer Einschätzung nach ist die Richtung eindeutig: Der Weg muss gehen von Übernahme von **Responsibility** zu Verpflichtungen zu **Accountability**!

Gern wird unterschieden also zwischen „state-driven“ und „market-driven“. Letzteres ist bei genauem Hinsehen nur begrenzt freiwillig. Die Marktsituation und der Wettbewerb verlangen mitunter die Einhaltung von Standards genauso, als wenn der Staat eine Vorschrift erlassen hätte.

Als Beispiel seien hier noch einmal die UN-Normen für Unternehmen hervorgehoben. Im August 2003 verabschiedete die UN-Unterkommission für die Förderung und den Schutz der Menschenrechte ein neues Set von Normen für Unternehmen. Dieses beinhaltet Menschenrechtsnormen aus den verschiedenen Menschenrechtspakten der Vereinten Nationen, die für die Arbeit von Unternehmen von Relevanz sind. Ziel war es, über ein abgesichertes und international anerkanntes Set von Normen für Unternehmensverhalten zu verfügen. So soll einer Tendenz zur Selbstdefinition von relevanten Normen in Unternehmensprinzipien und freiwilligen Verhaltenskodizes von Unternehmen vorgebeugt werden. Letztere birgt die Gefahr in sich, langfristig ein universelles Verständnis zentraler Menschenrechts- und Arbeitsnormen, die in den letzten Jahrzehnten entwickelt wurden, aufzuweichen. Nichtregierungsorganisationen aus vielen Ländern haben die Verabschiedung der Normen in der Unterkommission deshalb sehr begrüßt. Sowohl die Normen als auch ein detaillierter Kommentar, der die Interpretation der Normen erleichtern soll, wurden der Menschenrechtskommission (MRK) zur Verabschiedung vorgelegt.

7. Transparenz als Grundvoraussetzung

Überaus entscheidend ist die Schaffung von mehr Transparenz im wirtschaftlichen und politischen Handeln. Zunehmende Komplexität und die Globalisierung machen dies dringend erforderlich.

Augenscheinliche Argumente dafür sind unter anderem:

- Intransparenz fördert Fehlentwicklungen und Fehlallokationen
- Risiken werden zu spät erkannt und größere Schäden sind die Folge
- Transparenz schafft Wettbewerbsvorteile und Benefits
- Transparenz ermöglicht öffentlichen Dialog (z.B. auch für CSR)

Bemerkenswerte Transparenzinstrumente sind beispielsweise:

- Reporting (z.B. die Global Reporting Initiative (GRI) oder das Carbon Disclosure Project)
- Berichtspflichten (z.B. §§ 289 und 315 HGB und das Umweltauditingesetz)
- Transparenzklauseln (z.B. im Alterseinkünftegesetz 2005)
- Öffentlichkeit/Ratings (z.B. durch den Dow Jones Sustainability World Index)

Transparenz – das spricht sich immer weiter herum – dient nicht nur den Stakeholdern im Umfeld von Unternehmen, sondern auch direkt den langfristigen Interessen der Shareholder. Wie anders können sie sich sonst über Chancen und Risiken von Unternehmen adäquat informieren?

8. Schlussfolgerungen

Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen für Unternehmen haben ein gewaltiges Ausmaß angenommen.

Vieles spricht dafür, dass soziale und ökologische Vorreiter tatsächlich langfristig eine bessere Wertentwicklung aufweisen (zumindest keine schlechtere).

Nachhaltiges Wirtschaften wird damit bei Produktion, Dienstleistung und Investitionsentscheidung immer relevanter, - auch und gerade für die Akteure des Finanzmarktes.

Aufgabe der Unternehmen ist es, Nachhaltigkeit in die Gesamtsteuerung des Unternehmens wie die der einzelnen Geschäftsbereiche zu integrieren.

Aufgabe der Politik ist es, einen Rahmen zu schaffen, in dem für Unternehmen eine Sogwirkung in Richtung Nachhaltigkeit entsteht. Wenn der Finanzmarkt dies nicht selber leistet, hat die Politik die Vergleichbarkeit der Informationen sicherzustellen.

Aufgabe der NGO ist es, den Prozess konstruktiv-kritisch voranzutreiben.

Germanwatch wird das weiter zu leisten versuchen.

Wie die Akteursebenen zusammenwirken wird am Klimabeispiel noch einmal besonders deutlich:

- das Kyoto-Protokoll als state-driven-Architektur steht endlich und tritt im Februar 2005 in Kraft – doch die Treibhausgas-Reduktionen der ersten Phase sind absolut zu wenig
- Zunächst kommt der europaweite, dann der globale Emissionshandel (market-driven) – doch es fehlen als größter CO₂-Sünder die USA
- die Finanzmärkte beginnen zu reagieren – aber noch zu langsam (Transparenz und Markt-Anreize, aber auch angesichts drohender Regulation)
- die Zivilgesellschaft als aufgeklärte Konsumenten und unabhängige NGOs müssen weiterhin eine aktive Antreiberfunktion übernehmen.

Mein Resümee lautet:

- market-driven und state-driven, beide Ansätze sind nötig!
- Corporate Governance und CSR bzw. SRI müssen zusammen diskutiert werden (Shareholder und Stakeholder können dabei letztlich beide nur gewinnen)
- Mut zum Langfristdenken muss belohnt und angespornt werden

Es steht viel auf dem Spiel. An den Lösungswegen müssen **alle** konstruktiv mitwirken, je nach Sachlage in **Konflikt**, **Dialog** und **Kooperation**.

Sozial-ethischer Einkauf von Kommunen: Sind Sozialstandards und Verhaltenskodizes dabei hilfreich?

Heinz Schulze

Neben der US-Erdölindustrie und Waffenkonzernen profitieren die weltgrößten Saatgutkonzerne wie Monsanto (USA) oder Bayer (BRD) von Entscheidungen im Irak, insbesondere dem Erlass Nr. 81.⁸⁵ Der ehemalige ‚Schurkenstaat‘ soll weltmarkt-kompatibel werden. Dazu hat der ehemalige US-Verwalter im Irak, Paul Bremer, mit ca. 100 Erlassen die Grundlagen gelegt. Der Erlass Nr. 81 ist für die Agrarkonzerne besonders bedeutsam. Er enthält Bestimmungen über Patente, Industrie-Muster, Pflanzensorten etc., die nun das irakische Patentrecht von 1970 ergänzen. Die Initiative GRAIN (www.grain.org) stellt fest, dass dieser Erlass die „Beherrschung der irakischen Landwirtschaft durch die Saatgutkonzerne Monsanto, Syngenta, Bayer etc. gewährleistet“. Grob gesagt müssen die Bauern im Irak nun ihr eigenes Saatgut vernichten, um Saatgut von o.g. Firmen zu kaufen. Da dieses Saatgut nicht fortpflanzungsfähig ist, müssen die Bauern jährlich Saatgut einkaufen und werden immer abhängiger von den Saatgut-Herstellern.

Die ‚Kampagne für Saubere Kleidung‘ / Clean Clothes Campaign (CCC) hat sich vom Runden Tisch Verhaltenskodizes zurückgezogen, weil sich im Prinzip für die Näherinnen nichts verbesserte und die deutschen Unternehmen den Dialoggesprächen kaum Taten folgen ließen. So schreibt Berndt Hinzmann im Inkota-Brief vom Dezember 2004: „Selbst bei Unternehmen, die sich umfassende Verhaltenskodizes geben, klaffen Anspruch und Wirk-

⁸⁵ *Grain*: Iraq’s new patent Law: A declaration of war against farmers, Oktober 2004 (<http://www.grain.org/articles/?id=6>).

lichkeit oft erheblich auseinander“.⁸⁶ Es scheint, dass Verhaltenskodizes weiterhin nur einen Modetrend darstellen, dass sie werbestrategisch als eine dekorative und unverbindliche Alternative zur glaubhaften Umsetzung von Arbeits- und Sozialstandards genutzt werden. Eine positive Erkenntnis hat die CCC jedoch vom Runden Tisch mitgenommen: Lokale Aktionen sind wichtig und alles andere als wirkungslos. Das zeigte sich beispielsweise darin, dass Unternehmen ständig von der CCC die Einstellung der Öffentlichkeitsarbeit zu Arbeitsrechtsverletzungen der am Runden Tisch beteiligten Unternehmen verlangt haben.

Zusätzlich zu oben angesprochenen Wirtschaftsunternehmen sind Konsumenten Akteure der Marktwirtschaft. Sie können die Produkte von Firmen, die gegen Sozialstandards verstoßen, beim Einkauf meiden. Es ist aber nicht richtig, sich immer ‚nur‘ an Einzelkonsumenten zu wenden und von diesen einen ‚ethisch-sozialen‘, fairen Einkauf zu verlangen. Ein Großkunde ist die ‚öffentliche Hand‘. Bund, Länder und Kommunen kaufen jährlich für mehr als 350 Milliarden Euro ein. Dabei sind die Kommunen mit ca. 60% und über 200 Milliarden Euro die größten öffentlichen Auftraggeber. Hier gilt es, das große Potential für Veränderungen hin zu einem ‚ethisch-sozialen‘ Einkauf zu nutzen. Wenn die öffentliche Hand sich zu dieser gesellschaftlichen Verantwortung bekennt, dann können Eine-Welt-Gruppen und kritische Verbraucher leichter von anderen Großverbrauchern (Firmen, Schulen, Einrichtungen der Wohlfahrtspflege, Jugendorganisationen, Krankenhäuser, Kirchen, Sportvereine) eine Nachahmung einfordern.

Hintergrund für diesen Beitrag ist daher der – im bundesweiten Städtevergleich – Pionierbeschluss des Stadtrats der Landeshauptstadt München ‚München kauft keine Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit‘.⁸⁷ Dieser Beschluss trat am 18. April 2003 in Kraft und wurde mit Hilfe einer bundesweiten Aktionskampagne bekannt gemacht. Inzwischen haben 15 weitere Städte einen ähnlichen Beschluss gefasst.

München kauft keine Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit

Die Anbieter müssen nun gegenüber der Stadt München bestätigen, dass ihre Produkte nicht diesen ‚Mangel‘, nämlich ausbeuterische Kinderarbeit

⁸⁶ *Hinzmann, Berndt*, Unternehmen unter öffentlichem Druck, in: Inkota-Brief 130 / Dezember 2004, S. 38.

⁸⁷ Siehe www.muenchen.de/ausschreib/kinderarb.htm.

in der Produktionskette, aufweisen. Ausbeuterische Kinderarbeit ist dabei gemäß der 1999 verabschiedeten Konvention 182 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) definiert.⁸⁸ Verboten sind demnach Arbeiten, die voraussichtlich schädlich für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit sind. Gemäß einer Empfehlung der 1919 gegründeten UN-Sonderorganisation ILO zählen dazu Arbeit, die die Kinder einem körperlichen, psychologischen oder sexuellen Missbrauch aussetzt, Arbeit unter Tage, unter Wasser, in gefährlichen Höhen, oder beengten Räumen, Arbeit mit gefährlichen Geräten oder mit schweren Lasten, Arbeit in einer ungesunden Umgebung, lange Arbeitszeiten oder Nachtarbeit. Diesem Übereinkommen der ILO-Konvention 182 ist die Bundesrepublik Deutschland am 11. Dezember 2001 per Gesetz beigetreten.

In der Kommune München erfolgt der Produktnachweis (bzgl. Freiheit von ausbeuterischer Kinderarbeit) durch Vorlage eines anerkannten Fair-Trade-Siegels oder die verbindliche Zusage des Unternehmens, dass das Produkt nicht mittels ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellt wurde oder – falls auch das nicht möglich ist – eine verbindliche Zusage, dass das Unternehmen, dessen Lieferanten oder Subunternehmer aktive und zielführende Maßnahmen gegen den Einsatz von Kindern im Sinne der ILO-Konvention Nr. 182 eingeleitet haben (www.muenchen.de/ausschreib/kinderarb.htm).

In der Neuregelung der Vergabepaxis der Stadt München heißt es u.a. „Warengruppen, bei denen besonders häufig ausbeuterische Kinderarbeit beobachtet wird, sind derzeit Bälle, Sportartikel, Spielwaren, Teppiche, Wohn- und Kleidungstextilien, Natursteine, Pflastersteine, Lederprodukte, Billigprodukte aus Holz, Agrarprodukte wie Kakao, Orangensaft, Tomaten – sofern sie aus südlichen Ländern kommen“. Offensichtliche Verstöße bei falschen Erklärungen werden als Zeichen für die Unzuverlässigkeit des Anbieters bewertet und können den Ausschluss dieses Unternehmens als Anbieter zur Folge haben.

Natürlich ist es den städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die für den Einkauf zuständig sind, nicht möglich zu überprüfen, ob bei der Produktion z.B. von Natursteinen aus China Kinder ausgebeutet werden. Sie können auch nicht nach Pakistan fahren, um zu sehen, wie viel Kinder bei der Produktion ‚ihrer‘ Bälle dort arbeiten. Somit ist eine zentrale Frage: Inwieweit kann man Unternehmen vertrauen, die ihre eigenen Sozialstandards entwickeln?

⁸⁸ Siehe www.ilo.org/ilolex/german/docs/gc182.htm.

Die Kaffeeindustrie kann hier als Beispiel dienen: Im September 2004 stellte sie ihren Verhaltenskodex vor. Er soll nachhaltigen Anbau, Verarbeitung und Handel von Kaffee fördern und langfristig helfen, das Leben der Kaffeebauern zu verbessern. Der „Common Code für the Coffee Community“ beinhaltet soziale, ökologische und wirtschaftliche Standards, Kinderarbeit ist ausgeschlossen etc. (TAZ, 11.12.2004). Es überrascht nicht, dass der Geschäftsführer von Transfair (dem anerkannten Siegel für fairen Handel), Dieter Overath die vielen offen gelassenen Fragen an diesem Kodex kritisiert.

Der Ökoanbauverband Naturland kontrolliert im Rahmen seiner Öko-Zertifizierung seit 2005 auch die Einhaltung von Sozialrichtlinien. Die Sozialrichtlinien machen detaillierte Vorgaben zu Gesundheit, Sicherheit, Arbeitsbedingungen und sozialer Absicherung aller Arbeiter auf Naturlandbetrieben im In- und Ausland.⁸⁹ Bei den auf Grundlage der IFOAM Richtlinien (International Federation of Organic Agriculture Movements) entwickelten Sozialrichtlinien gibt es u.a. Vorgaben bzgl. Kinderarbeit. Naturland möchte den notwendigen Rahmen vorgeben, der ausbeuterische Formen von Kinderarbeit ausschließt und sicherstellt, dass die Kinder in die Schule gehen können und sie die Arbeit in ihrer körperlichen und geistigen Entwicklung nicht beeinträchtigt.

Der ‚Bleistiftkonzern‘ Faber Castell produziert an 15 internationalen Standorten. Dabei sind die Beschaffung von Holz und die Behandlung von Mitarbeitern kritische Bereiche. Faber Castell wirbt für „Qualität – Umwelt – Soziales“ und belegt dieses Engagement durch eine Zertifizierung nach ISO-Standard 9001:2000, eine internationale Norm für Qualitätsmanagement. Das Holz wird z.B. in Brasilien in eigenen Plantagen produziert, die nicht zu ehemaligen Regenwaldgebieten zählen. Diese Produktion geschieht im Rahmen eines nach dem Forest Stewardship Council (FSC) anerkannten Wiederaufforstungsprojektes im Südosten Brasiliens. Alle Werke von Faber Castell sind weltweit nach ISO 14001 (Norm für Umweltmanagement) zertifiziert. Faber unterzeichnete 2000 mit der IG Metall eine Sozialcharta, wie sie von der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) gefordert wird: Keine Zwangsarbeit, keine Kinderarbeit, Zahlung von Mindestlöhnen, keine überlangen Arbeitszeiten, Gleichbehandlung der

⁸⁹ Naturland, Naturland verabschiedet Sozialrichtlinien. Öko- und Sozialstandards in einem Paket, Pressemitteilung vom 14. Februar 2005. Vgl. www.naturland.de/NaturlandeV/Richtlinien.

Beschäftigten, Achtung der Vereinigungsfreiheit und des Rechtes auf Tarifverhandlungen.

Die hier präsentierten Positivbeispiele zeigen die Vielfalt von freiwilligen Standards auf. Es wäre jedoch wünschenswert, auf freiwillige Sozialstandards zu verzichten und auf klare gesetzliche Vorgaben zu drängen oder bestehende Gesetze konsequent auszulegen. So steht in der Verfassung des Freistaats Bayern im Artikel 141: „Der Schutz der natürlichen Grundlagen ist auch, eingedenk der Verantwortung für die kommenden Generationen, der besonderen Fürsorge jedes einzelnen und der staatlichen Gemeinschaft anvertraut“. Es heißt nicht „Schutz der natürlichen Grundlagen *in Bayern*“, sondern generell „der Schutz der natürlichen Grundlagen“. Ein solcher Schutz ist nicht gegeben, wenn hier Produkte verkauft werden, wie z.B. Import-Schnittblumen, Leder oder Textilien, die mit viel Gift und zusätzlich noch mit ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellt wurden. Ihr Verkauf wird aber von der bayerischen Verfassung aktuell nicht verhindert.

In der Diskussion ist das Anfang 2004 veröffentlichte EU-Gesetzespaket „Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Aufträge“. Das muss nun in deutsches Recht umgesetzt werden. Es eröffnet den Mitgliedsstaaten die Möglichkeit, durch nationale Gesetzgebung auch ökologische und soziale Belange zu berücksichtigen. All das ist im bisherigen Gesetzesentwurf zur Neuregelung des deutschen Vergaberechts leider nicht aufgegriffen worden. Wichtig wäre, in das neue Gesetz zur Regelung des öffentlichen Einkaufs einen Absatz aufzunehmen, der es der öffentlichen Hand gestattet zusätzliche Bedingungen, insbesondere soziale und umweltbezogene Aspekte, in die Ausschreibung einzubeziehen. Hier ist an das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit sowie den Wirtschaftsausschuss des Deutschen Bundestages die Frage zu richten, warum die deutsche Gesetzesvorlage hinter den EU-Richtlinien zurückbleibt.

Innerhalb der Bundesregierung ist eine einheitliche Position bisher nicht zu erkennen. Auf der anderen Seite finanziert das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) zusammen mit den Verbraucher- und Fairhandelsinitiativen die Kampagne ‚fair feels good‘, das Verbraucherministerium hat zur Förderung nachhaltigen Konsums die Kampagne ‚echt gerecht – clever kaufen‘ gestartet, das Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützt mit der UNESCO die ‚UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung‘ (hierbei wurde das Münchner Projekt ‚made by Kinderhand‘ in die Liste der vorbildlichen ‚Dekadenpro-

jekte' aufgenommen) und das Bundesministerium für Umwelt (BMU) befindet sich in einem ‚Dialogprozess zu nachhaltigem Konsum‘. Im Einklang hierzu sollten die Vergaberegulungen für die öffentliche Hand konsequent verändert und dadurch ‚nachhaltiger öffentlicher Konsum‘ gefördert werden.

Gemäß Vergaberecht beginnt der Einkauf auf kommunaler Ebene mit einem Ausschreibungsverfahren. Es werden relevante Anforderungen oder Wünsche zum Produkt beschrieben – wobei nicht auf Marken, Patente oder dergleichen verwiesen werden darf. Möglich sind aber Aspekte der Auswirkungen auf die Umwelt oder Vorgaben des Arbeitsrechts. Bei der Zuschlagserteilung wird keineswegs das niedrigste Angebot gewählt, sondern das ‚wirtschaftlichste‘. Soziale Kriterien können auf der Ebene der Ausführungsbedingungen als ‚zusätzliche Bedingungen für die Ausführung‘ eingefordert werden. Voraussetzung dafür sind die Vereinbarkeit mit Gemeinschaftsrecht und Verankerung in Bekanntmachung sowie den Verdingungsunterlagen.⁹⁰ Das neue EU-Vergaberecht würde nach Meinung der Rechtsabteilung der Stadt München dann ausreichend in das in Arbeit befindliche deutsche Vergaberecht umgesetzt werden, wenn folgende Formulierung eingearbeitet werden würde: „Die öffentlichen Auftraggeber können zusätzliche Bedingungen, insbesondere sozialer oder umweltbezogener Art, für die Ausführung des Auftrags vorschreiben, sofern diese mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar sind und in der Bekanntmachung oder in den Verdingungsordnungen angegeben werden.“

In diesem Bereich ist die Stadt München über den Städtetag aktiv geworden, auch eine Folge aus dem beispielhaften Beschluss gegen ausbeuterische Kinderarbeit. Kommunen können zwar mit ihrer Einkaufspolitik keine Verteilungsgerechtigkeiten zwischen Nord und Süd ausgleichen oder Armut und Kinderarbeit abschaffen. Das wäre eine vermessene Ansicht. Aber sie können mit ihrem guten Beispiel eine wichtige Vorreiterrolle einnehmen und weitere Aktivitäten bei Wirtschaft und Konsumenten anregen.

In der Folgezeit hat – mit Verweis auf die Kommune München - unter anderem auch die Stadt Landshut versucht, den Einkauf von mit ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellten Produkten zu verhindern. Aufgrund der Anträge der CSU-Fraktion vom 30.11.2004 und der SPD-Fraktion vom 3.12.2004 hat der Landshuter Stadtrat in der Sitzung vom 17. Dezember 2004 beschlossen, dass im Beschaffungswesen und bei Ausschreibungen

⁹⁰ Vgl. EU-Richtlinie: Art. 26 VKR, Art. 38 SKR.

künftig nur Produkte Berücksichtigung finden, die ohne ausbeuterische Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention 182 hergestellt wurden bzw. Produkte, deren Hersteller oder Verkäufer aktive zielführende Maßnahmen zum Ausstieg aus der ausbeuterischen Kinderarbeit eingeleitet haben. Weitere Informationen, Dokumente und Vorlagen finden sich am Ende dieses Artikels und unter www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de.

Natürlich ist auf kommunaler Ebene ebenso der Privatsektor gefragt. Auch hier ist feststellbar, dass dem Wissen über globale Zusammenhänge nicht immer ein entsprechendes Handeln folgt. Inzwischen gibt es z.B. fair gehandelten Kaffee in Hunderten von Geschäften und Kirchengemeinden in München zu kaufen (siehe: Informationsblatt „Fairer Einkauf in München“⁹¹). Fair gehandelte Produkte sind hochwertige Premiumprodukte und sollten z.B. in jedem Lehrerzimmer getrunken werden, schon aus Eigennutz: Fair gehandelter Kaffee ist magenschonender und bekömmlicher als irgendein Robusta-Massenkaffee zu Schnäppchenpreisen.

Natürlich ist es gut und wichtig, wenn der Diözesanrat der Katholiken der Erzdiözese München und Freising im Jahre 2004 sagt: „Nein! Zu ausbeuterischer Kinderarbeit.“ Es ist erfreulich, dass der Bayer. Städtetag diese 'Ermunterung' im Dezember 2003 in einem Rundbrief an die Gemeinden in Bayern aufgriff. Natürlich sind jetzt Privathaushalte, Unternehmen, Kirchen, Wohlfahrtsverbände, Sportvereine, Jugendgruppen, Einrichtungen der Erwachsenenbildung, staatliche Büros etc. gefordert, bei ihrem Einkauf darauf zu achten, nur solche Produkte zu kaufen, die weitgehende Sozialstandards erfüllen.

Ausblick

In unserer globalisierten Welt brauchen wir feste Spielregeln. Vage Aussagen „wir bemühen uns, Umwelt und soziale Aspekte in unserem unternehmerischen Tun zu beachten“ sind wenig hilfreich und können die wahren Zustände verschleiern. Konkrete Standards, extern nachprüfbar sind immer wieder zu fordern und wirklich hilfreicher. Viele Unternehmen bleiben untätig, bis Probleme auftauchen. Damit sie sich verstärkt mit ethischen

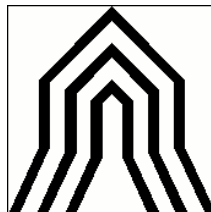
⁹¹ *Nord Süd Forum München e.V* (Hg.): Fairer Einkauf in München - gewusst wo (www.nordsuedforum.de)

Fragen ihres Tuns auseinandersetzen, ist öffentlicher Druck notwendig, aber auch bewusste Kaufentscheidungen. Unternehmen, die ihre Produktionsbedingungen nach ökologischen und sozialen Standards ausrichten soll man nicht nur loben, sondern gezielt deren Produkte kaufen. Alleine vom Lob können diese Betriebe auch nicht leben.

Beim ‚Runden Tisch‘ zum Thema ‚Sportartikel und Bekleidung‘ am 20. November 2002 im Rahmen der Agenda 21 im Münchner Rathaus sagte ein Unternehmensvertreter: „Es sollte doch eigentlich selbstverständlich sein, ohne ausbeuterische Kinderarbeit zu produzieren!“ Für diese Selbstverständlichkeit engagieren sich zahlreiche Nichtregierungsorganisationen.

Hierzu sind natürlich Hilfestellungen für Kaufentscheidungen notwendig, wie faire Einkaufsführer, Veranstaltungen gerade im Rahmen der ‚UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung 2005 - 2014‘ und auch natürlich Stadtratsbeschlüsse wie in München oder Landshut gegen ausbeuterische Kinderarbeit.

Keine Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit



Eine Information an alle Geschäftspartner
Geschäftspartnerinnen der Stadt Landshut

und

Sehr geehrte Damen und Herren,

sicher haben Sie schon Berichte in den Medien über die schlimmsten Formen von ausbeuterischer Kinderarbeit verfolgt. Das internationale Arbeitsamt in Genf schätzt, dass weltweit rd. 250 Millionen Kinder illegal arbeiten. Besonders schlimm ist die Situation der rd. 171 Millionen Kinder, die im Sinne der ILO-Konvention 182 schädliche oder gefährliche Arbeit verrichten und der rd. 8 Millionen Kinder, die als Sklaven oder in Zwangsarbeit arbeiten.

Die Konvention 182 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) verbietet solche ausbeuterische Kinderarbeit. Doch leider wird die Konvention nicht in allen Ländern gleichermaßen beachtet. Die Bundesrepublik Deutschland ist diesem Übereinkommen mit Gesetz vom 11. Dezember 2001 beigetreten. Somit trat das Übereinkommen für Deutschland am 18. April 2003 in Kraft. In diesem Übereinkommen verpflichten sich die Vertragspartner, unverzüglich wirksame Maßnahmen gegen ausbeuterische Kinderarbeit zu ergreifen.

Aufgrund der Anträge der CSU-Fraktion vom 30.11.2004 und der SPD-Fraktion vom 03.12.2004 hat das Plenum der Stadt Landshut in der Sitzung vom 17.12.2004 beschlossen, dass im Beschaffungswesen und bei Ausschreibungen künftig nur Produkte Berücksichtigung finden,

- ❖ die ohne ausbeuterische Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention 182 hergestellt wurden bzw.
- ❖ Produkte, deren Hersteller oder Verkäufer aktive zielführende Maßnahmen zum Ausstieg aus der ausbeuterischen Kinderarbeit eingeleitet haben.

Durch diese Maßnahme soll ganz im Sinne der ILO-Konvention 182 verhindert werden, dass die Stadt Landshut Produkte einkauft, die mit ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellt wurden. Mit dieser Information möchte Sie die Stadt Landshut über Änderungen im Beschaffungswesen und der Vergabepaxis informieren.

Betroffen sind folgende Produkte :

- Sportartikel (Bälle, Kleidung) und Spielwaren
- Teppiche, Wohn- und Kleidungstextilien, Lederwaren
- Natursteine (Grabsteine), Pflastersteine, Diamanten

- Produkte aus Holz
- Agrarprodukte wie Kakao, Orangensaft, Südfrüchte, Tee, Kaffee
- Fischereiprodukte wie Garnelen, Shrimps usw.
- Feuerwerkskörper, Zündhölzer
- Elektronische Bauteile oder Produkte

sofern sie in Asien, Afrika oder Lateinamerika teilweise oder vollständig hergestellt oder erzeugt wurden.

Sobald Sie ein Angebot für eines der genannten Produkte abgeben, werden Sie um Auskunft gebeten, in welchem Land das von Ihnen angebotene Produkt hergestellt und/oder bearbeitet wurde. Sollte der Produktions/Bearbeitungsort in Asien, Afrika oder Lateinamerika liegen, erbittet die Stadt Landshut von Ihnen entweder

a) eine unabhängige Zertifizierung, die bestätigt, dass das Produkt nicht mittels ausbeuterischer Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention 182 hergestellt und/oder bearbeitet wurde (z.B. ein Fair-Handels-Siegel)

oder

b) die verbindliche Zusage Ihres Unternehmens, dass das Produkt nicht mittels ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellt und/oder bearbeitet wurde (diese Bestätigung muss selbstverständlich auch die Aktivitäten aller Lieferanten und Subunternehmer abdecken),

oder, falls eine solche Zusicherung nicht möglich ist,

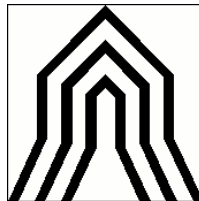
c) Ihre verbindliche Zusage, dass Ihr Unternehmen, Ihre Lieferanten und Subunternehmer aktive und zielführende Maßnahmen gegen den Einsatz von Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention 182 eingeleitet haben.

Für die Varianten b) und c) werden Sie gebeten, eine von der Führungsebene Ihres Unternehmens unterzeichnete Selbstverpflichtung, einen Verhaltenskodex oder Sozialstandard vorzulegen und ggf. die eingeleiteten Maßnahmen näher zu beschreiben.

Die Vorlage der Erklärung ist künftig Voraussetzung für Ihre Teilnahme an der Ausschreibung. Es ist beabsichtigt, die Einhaltung der Selbstverpflichtungserklärungen in Zusammenarbeit mit internationalen Menschenrechtsorganisationen stichpunktartig zu überprüfen.

Die Stadt Landshut möchte konstruktiv mit Ihren Geschäftspartnern ausbeuterische Kinderarbeit vermeiden. Geschäftspartner, die sich bereits gegen ausbeuterische Kinderarbeit engagiert haben, werden durch das Einkaufsverhalten belohnt und anderen die Gelegenheit gegeben, sich offensiv gegen ausbeuterische Kinderarbeit einzusetzen.

Erklärung zur Einhaltung internationaler Vereinbarungen gegen verbotene ausbeuterische Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention 182



Nachweis zur Eignung des Bieters über seine Zuverlässigkeit nach § 97 und 98 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung

Der Stadtrat hat eine Änderung der Vergabepaxis der Stadt Landshut beschlossen. Danach soll verhindert werden, dass die Stadt künftig Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit einkauft.

Folgende Produkte sind von ausbeuterischer Kinderarbeit betroffen:

- Sportartikel (Bälle, Kleidung) und Spielwaren
- Teppiche, Wohn- und Kleidungstextilien, Lederwaren
- Natursteine (Grabsteine), Pflastersteine, Diamanten
- Produkte aus Holz
- Agrarprodukte wie Kakao, Orangensaft, Südfrüchte, Tee, Kaffee
- Fischereiprodukte wie Garnelen, Shrimps usw.
- Feuerwerkskörper, Zündhölzer
- Elektronische Bauteile oder Produkte

In welchem Land/Ländern werden die von Ihnen angebotenen oben genannten Produkte hergestellt oder bearbeitet (Bitte Produkt und Herkunftsland angeben)?

Falls oben genannte Produkte in Asien, Afrika oder Lateinamerika hergestellt oder bearbeitet werden, ist folgender Nachweis bzw. Erklärung erforderlich (Bitte ankreuzen und Anlagen beifügen):

Nachweis:

- Eine unabhängige Zertifizierung, die bestätigt, dass das Produkt nicht mittels ausbeuterischer Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention Nr. 182 hergestellt und/oder bearbeitet wurde (z.B. ein Fair-Handels-Siegel oder Rugmark-Siegel) liegt bei.

Ja

Nein

Liegt kein Nachweis vor, ist nachfolgende **Erklärung** abzugeben.

- Ich/Wir versichern, dass das Produkt ohne ausbeuterische Kinderarbeit im Sinne der ILO-Konvention Nr. 182 hergestellt und/oder verarbeitet wurde.

Ja

Nein

Kann auch diese Erklärung nicht abgegeben werden, ist folgende **Zusicherung** notwendig:

- Ich/Wir erklären verbindlich, dass mein/unsere Unternehmen meine/unsere Lieferanten und deren Subunternehmer aktive und zielführende Maßnahmen zum Ausstieg aus der ausbeuterischen Kinderarbeit eingeleitet haben. Entsprechende Selbstverpflichtungserklärungen oder Verhaltenskodizes liegen bei.

Ja

Nein

Ich bin/Wir sind uns bewusst, dass eine wissentlich falsche Erklärung meinen/unseren Ausschluss von diesem und weiteren Vergabeverfahren zur Folge hat. Ich/Wir stimmen zu, dass diese Erklärung an Dritte, insbesondere Nichtregierungsorganisationen, die sich gegen ausbeuterische Kinderarbeit engagieren, weitergegeben werden darf.

Datum, Stempel bzw. Firmenanschrift, Unterschrift

Diese Erklärung bitte mit den Angebotsunterlagen an die jeweilige Dienststelle der Stadt Landshut zurückgeben.

Die Politisierung der Unternehmung und die Rolle der NGOs - Anmerkungen zur postnationalen Zukunft der Demokratie

Guido Palazzo

1. Die Postnationale Konstellation

Durch die tief greifenden Veränderungen der Gegenwart, die von den Prozessen zunehmender Individualisierung über die globale Vernetzung bis hin zur bio- und informationstechnologischen Revolution reichen, entsteht in unserer Gesellschaft eine wachsende Verunsicherung und Unübersichtlichkeit. Tradierte Werte, Erfahrungen und Institutionen verlieren ihre Steuerungsfunktion, weil sie nicht mehr in ausreichendem Maße in der Lage sind, die gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen zu bewältigen. In Bewegung geraten dabei auch die Rollenerwartungen und moralischen Ansprüche gegenüber Menschen und Organisationen.

Jede Zeit sucht ihre eigenen Antworten auf die beiden zentralen Fragen der Ethik: „Was ist das gute Leben?“ und „Wie wollen wir zusammenleben?“ Und je stärker der Druck der Veränderung, desto fragwürdiger die eingespielten Traditionen, desto drängender der Wunsch nach neuen und überzeugenderen Antworten. In Zeiten massiver Veränderung passen die Regeln, die wir gelernt haben und die Probleme, die uns bedrängen nicht mehr aufeinander. Genau deshalb stecken wir mitten in erbitterten Diskussionen um Werte, Ethik, Verantwortung und unternehmerische Macht.

Selbst hartgesottene Neoliberale wie Milton Friedman erkennen an, dass der Erfolg wirtschaftlicher Aktivitäten von einem Kontext stabiler rechtlicher und moralischer Rahmenbedingungen abhängt. Grob formuliert: In einer verrotteten Gesellschaft kann man keine guten Gewinne machen. Durch die Globalisierung gerät aber das tradierte Konzept von Recht und Moral unter erheblichen Druck. Einerseits können sich große Unternehmen nationaler Rechtsprechung durch die Verlagerung ihrer Aktivitäten auf dem

globalen Spielfeld weitgehend entziehen. Das Management eines großen Unternehmens kann die Entscheidung treffen, in Vietnam zu produzieren, in der Schweiz zu versteuern, aber die Unternehmenszentrale in Deutschland zu lassen, weil dort die Infrastruktur für das private Wohlbefinden bereitsteht. Wir erinnern uns: Im letzten Jahr äußerte der damalige CEO von Infineon seine Unzufriedenheit mit der rot-grünen Politik und drohte mit der Verlagerung der Unternehmung in die Schweiz. Dies ist sicher kein Einzelfall, auch wenn andere CEOs bei derartigen Gefechten weniger mit dem Holzhammer und mehr mit dem Florett kämpfen. Die Machtverhältnisse zwischen Staat und Wirtschaft verschieben sich. Während die staatliche Macht weiterhin geographisch eingegrenzt ist, können sich die Unternehmen – wie beschrieben – global entziehen. Das Ungleichgewicht zwischen Wirtschaft und Politik entsteht, weil es jenseits des Nationalstaates keine funktionsfähige Governancestruktur gibt, die das Verhalten der Unternehmen rechtlich einhegen könnte. Richteten sich die historischen Abwehrrechte der Bürger primär gegen den Staat, so scheint heute die größere Bedrohung für die demokratische Freiheit vom ökonomischen System auszugehen.

Um die Steuerungsfähigkeit der Moral steht es kaum besser. Diese gerät unter den doppelten Druck von Individualisierung und Globalisierung. Während Individualisierungsprozesse bereits im lokalen Rahmen zur Pluralisierung von Wertvorstellungen führen, werden konfligierende Moralvorstellungen unterschiedlicher Kulturräume durch die globale Vernetzung der Welt enger aneinander gerückt. Die Vorstellungen über das, was richtig und gut ist, werden immer vielfältiger und widersprüchlicher. Im globalen Raum fehlen mithin auch moralisch einheitliche und verbindliche Spielregeln. Wer in einem Entwicklungsland produzieren lässt, muss daher selbst Position zu einer Reihe von ethischen Fragestellungen beziehen: Was ist ein gerechter Lohn; welche Werte sollen gelten, die des Gastlandes oder die des Heimatlandes; bis zu welchem Alter ist ein Kind ein Kind; sollen in der vietnamesischen Niederlassung die gleichen aufwändigen Sicherheitsbestimmungen berücksichtigt werden wie in der heimischen Fabrikhalle; wie geht man mit repressiven Regimen um; wie tief in die Wertschöpfungskette reicht die moralische Verantwortung?

Dort, wo staatliche Regulierungen fehlen und moralische Maßstäbe vieldeutig werden, handeln transnationale Konzerne oft erstaunlich unsensibel. In ihren global gedehnten Wertschöpfungsketten häufen sich die Fälle moralisch fragwürdigen aber qua internationales Recht kaum sanktionierbaren Verhaltens. Kinderarbeit, erschossene Gewerkschaftler, kahlgeschlagene

Wälder, Kollaboration mit repressiven Regimen, Löhne unter Existenzniveau, vergiftete ArbeiterInnen oder solche, die nach Arbeitsunfällen ins soziale Nichts gestossen werden, Sklaverei, Selbstbereicherung und Korruption lauern potentiell hinter jedem Sportschuh, jedem Rosenstrauß oder Diamanten, jeder neuen Jeans, hinter Kakao, Tee und Kaffee, Fussbällen, Benzin, Goldschmuck, Kinderspielzeug, Papierprodukten, Grabsteinen oder Mobiltelefonen. Transnationale Unternehmungen werden zum Symbol eines ungezügelt globalen Raubtierkapitalismus. Das Outsourcing der eigenen Wertschöpfung führt unweigerlich zum Insourcing zahlreicher Spielarten lokaler Umwelt- und Menschenrechtsprobleme. Manche Unternehmen nehmen dies in Kauf, andere weisen jede moralisch Verantwortung für Geschehnisse ausserhalb ihrer legalen Grenzen von sich, dritte reagieren mit wachsendem (moralischen) Unbehagen auf die geschilderten Phänomene. Angesichts der zunehmenden Kritik von Nichtregierungsorganisationen werden diese Probleme immer deutlicher in die öffentliche Wahrnehmung gerückt. Der Druck auf die Unternehmen, ihr Handeln an moralischen Mindeststandards wie z.B. der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen auszurichten und transnational zu standardisieren wächst mit der massenmedial erzeugten öffentlichen Empörung.

2. Die Verantwortung der Unternehmung - Old School

Die Debatte um die Rolle transnationaler Unternehmen in der globalen Menschenrechtsdebatte begann in den 80er Jahren und wurde in den 90er Jahren intensiver. Viele Unternehmen reagierten in dieser Anfangszeit (manche tun dies bis heute) mit einer erstaunlichen Ignoranz, der Zurückweisung von Verantwortlichkeit oder dem Leugnen und Vertuschen von Problemen. Zwei Beispiele zur Illustration: Der Bürgerkrieg in Angola, der schätzungsweise 650.000 Tote gefordert hat, wurde massgeblich mit Diamanten aus angolanischen Minen finanziert. Bei De Beers, dem Hauptabnehmer dieser Diamanten tauchte das Thema Angola 1996 im Geschäftsbericht lediglich mit dem Hinweis auf, dass ein Rekorderkauf angolanischer Diamanten durch das Unternehmen zur Preisstabilität geführt habe. Das Unternehmen Nike wiederum parierte Anfang der 90er Jahre die Kritik bezüglich der erbärmlichen Arbeitsbedingungen in seinen Zulieferbetrieben mit dem Hinweis, dass die Zulieferer rechtlich selbständig seien, Nike selbst mithin der falsche Ansprechpartner sei.

Was erklärt diese beinahe durchgängigen Verhaltensmustern von Unternehmen und Managern in Reaktion auf moralische Kritik? Ein wesentlicher

Aspekt der Antwort ist aus meiner Sicht, dass Manager ihr Handwerk in der stabilen Industriegesellschaft des letzten Jahrhunderts gelernt haben und sich nun mit Problemen und Themen konfrontiert sehen, die nicht in die alten Erfahrungsschemata hineinpassen. Sie wissen nicht, wie man mit Moral umgeht, weil Moral weder Teil ihrer Ausbildung noch zentraler Aspekt ihrer bisherigen beruflichen Erfahrung gewesen ist. Darüber hinaus fehlen aus unternehmerischer Sicht die Anreize, sich mit dem Thema zu beschäftigen, weil es bisher als entkoppelt von unternehmerischen Entscheidungen und unternehmerischem Erfolg wahrgenommen wurde.

Unternehmen und Manager in Unternehmen haben im letzten Jahrhundert gelernt, dass es zwei gesellschaftliche Forderungen an unternehmerische Handlungen und Entscheidungen gibt: Einerseits schaffen Unternehmen gesellschaftlichen Wohlstand, indem sie Steuern zahlen und Arbeitsplätze schaffen (ökonomischer Aspekt). Zum zweiten müssen Unternehmen sich an die gesetzlichen und moralischen Spielregeln der Gesellschaft halten (rechtlich-moralischer Aspekt). Eine weitergehende Verantwortung für das Gemeinwesen besteht nicht. Es geht sogar soweit, dass gelegentlich argumentiert wird, Unternehmen dürften gar nicht mehr tun als diesen Minimalbedingungen genügen, weil der Markt sie sonst bestrafen würde. Und dass den Rest der Staat erledigt, ergibt sich aus der historisch gewachsenen nationalstaatlich ausgebildeten Arbeitsteilung von Wirtschaft und Politik. Die historische Basis modernen Freiheitsverständnisses ist die Freiheit des privaten Besitzes, und die bürgerliche Freiheit ist nach allgemeinem liberalem Verständnis daher immer auch – vielleicht sogar primär – die Freiheit des Wirtschaftsbürgers. Dass Stadtluft freimacht, wie man seit dem Mittelalter sagt, liegt vor allem daran, dass die Stadt den ökonomisch tätigen Menschen vor dem willkürlichen Zugriff der Fürsten schützte. Freiheit in dieser Tradition bedeutet vor allem, dass Arbeit und Eigentum gegen staatlichen Einfluss so weit wie möglich zu schützen sind. Gegenüber dem Wirtschaftsbürger muss sich die politische Herrschaft mit ihren zugleich freiheitseinschränkenden und freiheitsermöglichenden Gesetzen rechtfertigen, ihm gegenüber muss sie ihre Macht legitimieren. Es ist also der Staat, der sich rechtfertigen muss. Unternehmen hingegen sind Privatbesitz, eine Form der bürgerlichen Freiheitsausübung.

Unternehmerische Verantwortung orientiert sich also primär am erzielten ökonomischen Output und der rechtlichen Regelbefolgung - genau dies ist das unternehmerische Rollenverständnis hinter den geschilderten Reaktionen auf Menschenrechtsverletzungen. Für das Verhalten von Zulieferern ist man nicht verantwortlich, weil diese rechtlich selbständig sind. Ebenso we-

nig ist man verantwortlich für das Verhalten von Konsumenten. Kinderarbeit und Raucherlunge, die Rodung des Regenwaldes und Diabetes 2 sind daher Themen, die sich außerhalb der Unternehmung befinden. All diese Dinge mögen zwar bedauerlich sein, so hört man gelegentlich aus den Unternehmen, aber man sei ja keine Veranstaltung zur Beseitigung globalen Elends, sondern ein Wirtschaftsunternehmen, das vor allem den Shareholdern gegenüber Verantwortung trage.

3. Die Politisierung der Unternehmung

Haben Unternehmen eine Mitverantwortung für das Elend in der Welt? Wenn ja, wo beginnt und wo endet diese Mitverantwortung und wie lässt sie sich in konkrete Handlungen übersetzen? Was soll dort geschehen, wo dieser nationalstaatliche Orientierungsrahmen erodiert? Welche Probleme entstehen durch die Transnationalisierung unternehmerischer Aktivitäten und welche Rolle kommt Unternehmen im globalen Governance-Vakuum zu? Zunächst einmal lässt sich empirisch beobachten, dass Unternehmen eine solche politisch erweiterte Verantwortung gesellschaftlich zugewiesen wird. Die Ohnmacht der Politik gegenüber einer entfesselten Ökonomie führt zu einer breiten politischen Aktivierung der Bürger. Es entsteht eine zivilgesellschaftliche Subpolitik, die über die wachsende Macht verfügt, eine außerparlamentarische Mit- und Gegenkontrolle auszuüben, indem sie ihre politisch-moralischen Forderungen in die Sprache der Ökonomie übersetzt: Moral als Kriterium für Kaufentscheidungen oder als Abrissbirne unternehmerischer Reputation.

Den zentralen Treiber zivilgesellschaftlicher Gegenmacht stellen die Nichtregierungsorganisationen dar. Ihre Bedeutung als unternehmerische Stakeholder hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Sowohl in der unternehmerischen Praxis als auch in der Managementtheorie setzt sich die Vorstellung durch, dass NGO Aktivitäten - etwa von Umweltschutzinitiativen, Menschenrechtsaktivisten oder karitativen Organisationen - ein wachsendes Risiko für die Reputation und die ökonomische Leistungsfähigkeit eines Unternehmens darstellen können und einen immer größeren Einfluss auf die Ausgestaltung der rechtlichen Rahmenordnung gewinnen. Ein immer dichteres Netz an Nichtregierungsorganisationen greift sich die Unternehmen heraus, deren Verhalten für moralisch fragwürdig gehalten wird. Diese Unternehmen werden massenmedial verstärkt angeprangert, Konsumentenboykotte werden initiiert und Reputationsschäden verursacht. Wer mit der Suchmaschine google das Wort "Nike" sucht, der findet zahlreiche Infor-

mationen über die Verhältnisse in der Wertschöpfungskette des Sportartikelherstellers, die alles andere als reputationsfördernd sind. Es bilden sich nicht mehr nur nationale Koalitionen zivilgesellschaftlichen Engagements, sondern es lässt sich ein bemerkenswerter Anstieg transnationaler Kommunikation feststellen. Eine Mischung aus transnationalen und nationalen NGOs vernetzt ihr Engagement zur Schaffung transnationaler Öffentlichkeiten. Damit sind auch die Möglichkeiten, sich den Ansprüchen dieser Zivilgesellschaft(en) durch die Verlagerung der Aktivitäten in andere Regionen zu entziehen, entscheidend reduziert. Es ist unerheblich, wo ein Konzern die Umwelt zerstört, sich an Kinderarbeit bereichert, seine Mitarbeiter ausbeutet oder mit skrupellosen Regimen kollaboriert. Die transnational vernetzte Zivilgesellschaft zeichnet sich dadurch aus, dass sie überall auf der Welt öffentliche Empörung mobilisieren kann für Handlungen, die an einem völlig anderen Ort statt gefunden haben.

Die zugewiesene moralische Verantwortung geht dabei weit über die rechtlich fassbare Verantwortung eines Unternehmens hinaus. Unternehmen werden für das Fehlverhalten von Kooperationspartner entlang ihrer Wertschöpfungskette in die Verantwortung genommen. Dies trifft eine Bank, die eine Pipeline durch einen Regenwald finanziert ebenso wie eine Papierfabrik, die ihre Rohstoffe bei zweifelhaften Zulieferern erwirbt. Über Sekundärboykotte setzt der öffentliche Druck an den markierten Endprodukten an, auch wenn weit früher liegende Schritte der Wertschöpfung in der Kritik stehen. Wenn holzverarbeitende Konzerne wie APP oder APRIL auf Sumatra den Regenwald kahl schlagen, dann wird der Druck entlang der Wertschöpfungskette an Papierfabriken, Papierverbraucher wie die Deutsche Post oder Tageszeitungen oder auch an Banken wie die Deutsche Bank weitergegeben, die entsprechende Aktivitäten durch ihr Kreditgeschäft ermöglicht hatten.

Das geschilderte rechtlich-moralische Regulierungsdilemma im globalen Raum führt dazu, dass die Unternehmung selbst und ihre Handlungen politisch aufgeladen werden und die tradierte Grenze von Wirtschaft und Politik sich auflöst. Diese Politisierung der Unternehmung zeigt sich in der sich verändernden Interaktion zwischen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Akteuren ebenso wie in der wachsenden Bereitschaft von Unternehmen, durch freiwillige Selbstverpflichtungen die Lücken in der politischen Governance zu schließen. Darüber hinaus besteht Politisierung darin, dass staatliche Infrastrukturinvestitionen teilweise durch privatwirtschaftliche ersetzt werden: Die Bereitstellung von Bildung, Straßen, Sicherheit oder

Gesundheit liegt - vor allem in den unterentwickelten Regionen der Welt – verstärkt in unternehmerischer Hand.

Der Prozess der Globalisierung verursacht oder beschleunigt all diese Formen der Politisierung ökonomischer Akteure. Es entsteht ein Legitimationsdruck, der über die Vorstellung (passiver) normativer Konformität hinausweist. Die geräuschlose Anpassung an implizit geteilte Normen und explizit leitende Rechtsvorschriften wird ersetzt durch eine explizite Beteiligung an öffentlichen Diskursen, in denen das eigene Verhalten mit guten Gründen gerechtfertigt werden muss und in denen Unternehmen mit einem breiteren Verständnis von Verantwortung operieren als noch im (national-staatlich-) industriegesellschaftlich geprägten Selbstverständnis angelegt. Unternehmen stellen sich der Herausforderung, ihre eigenen Rahmenbedingungen zu gestalten. Sie tun dies teilweise, indem sie sich selbst einen Verhaltenskodex auferlegen, diesen auf die eigenen Zulieferer ausdehnen und eigenständige Kontrollen durchführen. Andere wiederum gehen einen Schritt weiter und erarbeiten die transnationalen Spielregeln in Kooperation mit ihren zivilgesellschaftlichen Kritikern. Dritte, wie z.B. Chiquita machen einen noch viel radikaleren Schritt, gestalten ihre Wertschöpfungskette so transparent wie möglich, lassen die Gesellschaft tief in ihre ethischen Dilemmata hineinschauen und sind sogar dazu bereit, sich durch unabhängige Dritte nach unabhängigen Regeln überprüfen zu lassen.

Gelegentlich hört man von Unternehmen das Argument, dass Corporate Social Responsibility nichts Neues sei, weil man schon seit über 100 Jahren philanthropisch engagiert sei. Ein solches Argument belegt allerdings weniger das unternehmerische Engagement als vielmehr ein grundlegendes Missverständnis in der gegenwärtigen Debatte. Im Zuge der Globalisierung entwickelt sich eine Form von demokratischer Governance, in der sich Rollen und Verantwortungen von staatlichen, wirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Akteuren sowie die Dynamik zwischen diesen Akteuren grundsätzlich verändern. Das hat nur noch am Rande mit karitativen Spenden zu tun.

4. No Logo - Die Strategie zivilgesellschaftlichen Widerstands

Manche Unternehmen wie z.B. Novartis, BP oder Novonordisk stellen sich dieser neuen Herausforderung proaktiv. Andere, wie z.B. Nike oder Shell werden durch (manchmal jahrelange) zivilgesellschaftliche Kampagnen in diese neue Rolle gedrängt. Im Ergebnis kann dies zu ähnlichen Resultaten

führen: Nike wird heute von vielen Kritikern - bei allem Verbesserungsbedarf - als ebenso vorbildlich agierendes Unternehmen eingeschätzt wie BP. Druck erzeugt die Bereitschaft, sich politisch-moralischen Themen zu öffnen, denen man sich ohne Druck verschlossen hätte. Gerade die multinationalen Unternehmen erweisen sich als äußerst verwundbar durch zivilgesellschaftlichen Druck, weil dieser Druck systematisch dort ansetzt, wo es (finanziell) am schmerzhaftesten ist: An der Marke.

Für transnationale Unternehmen ist die Marke häufig der wertvollste Besitz. Die systematische Auslagerung aller produzierenden unternehmerischen Tätigkeiten, wie etwa bei Nike, führt dazu, dass die Pflege der Marke die einzige im Kerngeschäft verbleibende Tätigkeit ist und die Reputation der Marke somit das größte Kapital des Unternehmens. Wo immer diese Reputation der Marke bedroht wird, gerät das Unternehmen unter erheblichen Druck. Genau diesen Zusammenhang machen sich die zivilgesellschaftlichen Akteure zu Nutze. Für Naomi Klein, die mit Ihrem Buch *No Logo* ein massgebliches Buch der Anti-Globalisierungsdebatte geschrieben hat, ist die Marke das Symbol des globalen Raubtierkapitalismus. Protestbewegungen streben danach, Marke als bloße Fassade zu entlarven. Die sich daraus ergebenden Reputationsschäden können sich finanziell erheblich auswirken. Marken dienen mithin nicht nur den Kunden zur Orientierung, sie sind zugleich der Referenzpunkt der NGOs. Diese fokussieren ihre Attacken auf die erfolgreichen Marken, weil sie so die größte Aufmerksamkeit erzielen. Als Shell der Kollaboration mit dem Regime in Nigeria bezichtigt wurde, war eine ganze Reihe von multinationalen Ölkonzernen in der Region aktiv. Die Kritik konzentrierte sich aber auf Shell, die am weitesten leuchtende Marke. Auf die Frage, warum man nur Shell, nicht aber den ebenso fragwürdig aktiven Chevron Ölkonzern ins Visier genommen habe, antwortete der Bruder des hingerichteten Nigerianischen Schriftstellers Ken Saro-Wiwa: "Es ist wichtig, dass sich die Leute nicht machtlos fühlen. Schließlich müssen sie irgendwo Benzin für ihre Autos kaufen. Wenn wir ihnen sagen, dass alle Unternehmen schuldig sind, bekommen sie das Gefühl, dass sie nichts tun können. Tatsächlich wollen wir mit all den Beweisen gegen dieses eine Unternehmen den Leuten das Gefühl geben, dass sie wenigstens die moralische Kraft haben, ein Unternehmen zu einem Kurswechsel zu zwingen."⁹² NGOs haben eine breite Palette symbolischer Widerstandsformen entwickelt, die Marken genau dort treffen sollen, wo es besonders schmerzt: in ihrer normativ aufgeladenen symbolischen Kraft.

⁹² Naomi Klein, *No Logo*, München, 2001: Seite 434f.

In ihren Reaktionen auf zivilgesellschaftlichen Druck agieren Unternehmen nicht selten äußerst ungeschickt. Beispielsweise versuchen sie nicht selten, externe Kritik juristisch zu parieren, indem sie den Kritikern Heerscharen von Anwälten hinterher hetzen (z.B. McDonald's oder Monsanto). Derartige Reaktionen erreichen aber genau das Gegenteil dessen, was eigentlich angestrebt wird: Der Schaden für das Unternehmen wird noch vergrößert und die Reputation der Marke wird weiter erschüttert, wenn sich große Unternehmen in Rechtsstreitigkeiten mit NGOs oder sogar einzelnen Aktivisten verheddern. Monsantos juristischer Kampf gegen den kanadischen Bauern Percy Schmeiser entwickelte sich im Laufe der Zeit zum Branding-Super-GAU. In der Auseinandersetzung geht es darum, dass Monsanto von Schmeiser Geld für den Anbau von gentechnisch verändertem Raps verlangt, während Schmeiser darauf verweist, dass der Raps-Samen gegen seinen Willen von benachbarten Feldern auf sein Land geweht wurde. Die unbittlichen, durch alle Instanzen getragenen juristischen Attacken des Unternehmens auf den Bauern treiben Monsanto in die gefährliche "David gegen Goliath" Falle. Auf der Webseite www.percyschmeiser.com verbreiten die Unterstützer von Schmeiser laufend die aktuellen Informationen zum Fall, so etwa die Nachricht, dass der Bauer für seinen Kampf gegen Monsanto in Indien mit dem Mahatma Gandhi Preis ausgezeichnet wurde. Die heile Welt der Monsanto Branding Story gerät unter Druck, denn die Öffentlichkeit sympathisiert mit den Davids, fast nie mit den Goliaths. Je erfolgreicher das Branding, desto schädlicher ein solcher – vermeintlicher oder tatsächlicher – Bruch zwischen Reden und Tun.

Der Erfolg einer Unternehmensmarke wirkt so als Verstärker der beschriebenen Politisierung unternehmerischer Handlungen. Für erfolgreiche Marken ergibt sich daraus die Pflicht, die eigenen ethischen Risiken entlang der Wertschöpfungskette zu analysieren und potentielle Widersprüche zwischen dem normativen Anspruch der Marke und der Unternehmensrealität so weit wie möglich aufzulösen und dabei das eigenen Handeln und Entscheiden radikal transparent zu machen. Dies mag für manche Unternehmen heute noch jenseits ihrer Vorstellungskraft liegen. Aber dort, wo die Transparenz nicht eigenständig hergestellt wird; dort, wo Unternehmen die ethischen Probleme ihres Tuns nicht aktiv angehen, wird man sie früher oder später dazu zwingen. Transparenz, die von Außen geschaffen wird, ist der Ausgangspunkt von Misstrauen und Empörung. Eigenverantwortlich geschaffene Transparenz mag hier und da unbequem sein, aber sie ist die unabdingbare Voraussetzung für das Vertrauen externer Anspruchsgruppen in die Integrität der Unternehmung.

5. Die Paradoxien von NGO Aktivismus

Wie beschrieben zeigen Unternehmen oft erhebliche Widerstände und sind nicht bereit, sich auf die Themen der NGOs oder gar einen zivilgesellschaftlichen Diskurs einzulassen. Aber selbst dort, wo Unternehmen mit NGOs kommunizieren, gestaltet sich diese Interaktion oft äußerst mühsam und es zeigt sich deutlich, dass wir hier erst am Beginn eines Lernprozesses für beide Seiten stehen. Unternehmen lernen, dass sich die Themenliste ihrer Verantwortlichkeiten verändert; NGOs lernen, dass es neben der Konfrontation auch andere Interaktionsformen mit Unternehmen gibt. Für die sich entwickelnde Global Governance, in der sich die Rolle der Unternehmung und die der Zivilgesellschaft verändern, ist es wichtig, ein tieferes Verständnis für die optimale Gestaltung von Rollen und Interaktionen zu entwickeln und die Hindernisse auf dem Weg dorthin offen zu legen. Im Rahmen dieses Artikels können diese Hindernisse nur skizzenhaft illustriert werden.

Ein Beispiel: Selbst für gutwillige Unternehmen sind die im Austausch mit NGOs gemachten Erfahrungen oft paradox:

- Manche NGOs setzen ihre Attacken auf Unternehmen auch dann fort, wenn sie a) selbst keine Chance sehen, zu gewinnen oder b) bereits ihre Ziele erreicht haben oder c) bereits in Gesprächen mit der Unternehmung stehen.
- Manche NGOs attackieren Unternehmen an einer Stelle und verhandeln mit demselben Unternehmen an anderer Stelle über ein anderes Thema – sie kombinieren Strategien der kompromisslosen Konfrontation und der lösungsorientierten Kooperation.
- Manche NGOs stellen das Existenzrecht ihrer Gegner grundsätzlich in Frage (Wal Mart, Philip Morris, Nestlé, Monsanto, BP und andere haben und hatten mit derartigem Aktivismus zu kämpfen).
- Paradoxe Weise erhöhen manche NGOs ihre Anstrengungen im Kampf gegen Unternehmen, wenn diese in Maßnahmen zur Corporate Responsibility investieren. Je mehr Anstrengungen manche Konzerne auf sich nehmen, verantwortungsvoller zu handeln, desto wütender die Reaktion von Teilen der Zivilgesellschaft (BP und Shell werden härter attackiert als ihre weniger aktiven US-Konkurrenten).
- Manche NGOs sind nicht bereit, Unternehmen erst zu informieren und ihnen die Gelegenheit zur Bewältigung eines Problems zu geben. Sie fahren zunächst ihre Kampagne an und kommunizieren erst danach mit ihren Gegnern.

- Eine Annäherung durch Zugeständnisse von Seiten der Unternehmen schlägt in einer derartigen Konfrontation oft fehl.

Was sind die Gründe für dieses - scheinbar - irrationale Verhalten? Während die Agenda zivilgesellschaftlichen Engagements in der Industriegesellschaft des letzten Jahrhunderts vor allem als (klassenorientiertes) Ringen um Interessen und Ressourcen interpretiert wurde, scheint sich der Schwerpunkt heute auf Identitätsfragen zu verlagern: Gleichberechtigung, Umweltschutz, Menschenrechte, Frieden, Minderheitenrechte sind Beispiele für ein solches Engagement, bei dem es primär nicht um die Durchsetzung von Interessen, sondern den Ausdruck von Werten und die Akzeptanz mit ihnen verbundener Lebensentwürfe und ethischer Konzepten geht.

Dass das Ringen um Identität in unübersichtlichen Zeiten primär ein Ringen um die eigene normative Position ist, hat erhebliche Konsequenzen. Identität hat unter anderem mit Authentizität zu tun. Authentizität entsteht dort, wo man sich in seinen Handlungen konsistent und konsequent an den eigenen Werten orientiert. Wenn das Streben nach Authentizität eine der Kernmotivationen reflexiver Rekonstruktion von Identität ist, so lässt sich das Gefühl nicht authentisch gehandelt zu haben, als Bruch einer eingegangenen Selbstverpflichtung gegenüber den eigenen Werten interpretieren. Aus dieser motivationalen Rigidität wertgetriebener Identitäten ergibt sich als Konsequenz nicht selten ein fundamentalistischer Reflex, der sich in der Nichtverhandelbarkeit von Positionen manifestiert. Im Unterschied zu ihren Interessen machen Menschen ihre Werthaltungen kaum zum Gegenstand von Verhandlungen. Normative Positionen sind gegen Kompromisslösungen dort resistent, wo diese die Konsistenz von Identitäten bzw. die personale Integrität beschädigen können. Streitfragen wie Abtreibung, Sterbehilfe, Genfood, Kinderarbeit sind Fragen, bei denen Kompromisse oft nicht möglich sind - von der Idee eines Konsenses ganz zu schweigen. Wie sollte ein Kompromiss zwischen einem fundamentalistischen Christen und einer Frauenrechtlerin in Fragen der Abtreibung auch aussehen? Jeder Versuch der Annäherung bedeutet einen Verrat am normativen Kern der eigenen Identität. Das Verhalten mancher NGOs entzieht sich daher der Logik interessen geleiteten Handelns. Zahlreiche Konfrontationen zwischen Stakeholdern und Unternehmen ergeben im engen Korsett strikter Interessenorientierung keinen Sinn, weil die Aktivisten ihre Motivation aus Identitätsfragen und nicht aus Interessen ableiten. Derartige zivilgesellschaftliche Gruppierungen vertreten klar definierte Sets an Werten, die sich oft zu ideologischen Positionen verdichten. Ihre Argumentationen bewegen sich dabei regelmäßig in einer Logik, die sich einer interessen geleiteten Argu-

mentation verschliesst. Während Unternehmen in Stakeholdergesprächen wissenschaftlich-technologisch, ökonomisch oder juristisch argumentieren, beharrt die Gegenseite auf der Überzeugung, derartige Argumente mit dem Hinweis auf Werthaltungen aushebeln zu können. Dies zeigte sich deutlich in der Konfrontation zwischen Shell und Greenpeace wo juristische Argumente (die Erlaubnis zur Versenkung der Brent Spar wurde durch die englische Regierung erteilt) und wissenschaftliche Argumente (zahlreiche unabhängige Gutachten haben die Versenkung als die ökologisch und ökonomisch sinnvollste Variante der Entsorgung bestätigt) gegen moralische Argumente standen. Ähnlich lässt sich die Reaktion eines führenden deutschen Kaffeerösters einordnen, der auf den Hinweis auf die verhungerten Kaffeebauern lediglich einzuwenden wusste, dass man die Lösung derartiger Probleme doch dem Markt überlassen solle - formal richtige Antworten im Interessenssprachspiel, die im Identitätssprachspiel keinen Sinn ergeben und lediglich zur Verhärtung von Positionen führen. Identitätsgetriebene Stakeholderforderungen sind nur sehr begrenzt verhandelbar und daher hochgradig eskalationsanfällig. Dissense sind wahrscheinlicher als Konsense oder Kompromisse, weil das kleinste Zugeständnis bereits die Kohärenz der eigenen Identität bedroht.

Der Widerstand gegen die Produktion von Sportschuhen in Sweatshops oder die gemeinsam mit repressiven Regimen vorangetriebene Ausbeutung natürlicher Ressourcen auf Kosten der lokalen Bevölkerung oder die Empörung über die Produktion einer Abtreibungspille transportiert primär Werte, nicht Interessen. Wo die Unternehmensethik-Theorie den Dialog mit den Stakeholdern fordert, beurteilen manche NGOs die Kommunikation mit Unternehmen als kostbare Zeit, die für die eigenen zentralen Stakeholder (z.B. Sweatshoparbeiter) verloren geht. Stakeholderdialoge mit diesen Gruppen führen in vielen Fällen häufig nicht zu einer Einigung. Die implizit oder explizit in unternehmensethischen Theorien angelegte Idee von der Verhandelbarkeit von Stakeholderinteressen stößt dort an Grenzen, wo nicht einmal die Grundvoraussetzung - die Bereitschaft zur Kommunikation - gegeben ist (beispielsweise verweigert die Gegenveranstaltung zum World Economic Forum, die Initiative "Public eye on Davos" den unmittelbaren Dialog mit und auf dem WEF). Jedoch auch dort, wo die Bereitschaft zur Kommunikation besteht, vielleicht sogar die Bereitschaft zur Verständigung (anstelle des wechselseitigen strategischen Belauerns), mag jeder Gedanke an eine Übereinkunft qua Kommunikation die um ihre Identität ringenden Aktivisten hoffnungslos überfordern.

6. Die Zukunft globaler Demokratie

Die Probleme der globalen Governance werden zukünftig nur in enger Kooperation zwischen Unternehmen, transnationalen Institutionen wie den Vereinten Nationen und zivilgesellschaftlichen Akteuren gelöst werden können. Unternehmerische Alleingänge (z.B. Formulierung eines Codes ohne Einbeziehung externer Partner, Auditierung von Zulieferern durch eigene Teams) werden die notwendige gesellschaftliche Unterstützung nicht erreichen und den zivilgesellschaftlichen Druck kaum dämpfen können - ganz zu schweigen von den normativen Problemen, die mit solchen monologischen Lösungen verbunden sind. Andererseits müssen Nichtregierungsorganisationen lernen, dass ihre zukünftige Verantwortung über die Mobilisierung von Kritik hinausgehen muss. Es sind die NGOs die das notwendige Know How haben, das den Unternehmen in der weltweiten Umsetzung von Umwelt- und Menschenrechtsstandards fehlt. Radikale Opposition war notwendig und bleibt notwendig, um den notwendigen öffentlichen Druck zu mobilisieren. Radikale Opposition reicht allerdings nicht aus, um Problemlösungen zu produzieren. Beide Seiten müssen lernen, die unterschiedliche Logik der jeweils anderen Ausgangsposition zu verstehen und ernst zu nehmen: Interessen und ökonomische Zwänge hier, Identitäten und Werte dort.

Demokratische Gesellschaften können nicht bestehen, wenn sie soziale Interaktionen nicht durch Routinen stabilisieren und Institutionen schaffen, die Handlungen mit wechselseitigen Gewissheiten und Handlungssicherheit unterfüttern. Ebenso wenig können demokratische Gesellschaften aber bestehen, wenn sie über keine Möglichkeiten verfügen, die bestehenden Routinen zu durchbrechen und Institutionen zu verändern. Dort wo nationalstaatlich gewachsene Formen demokratischer Institutionen, Werte, Rollen und Verantwortungen erodieren, treten transnationale Formen demokratischer Governance an ihre Stelle. Wir stehen erst am Anfang einer derartigen Entwicklung, die geprägt zu sein scheint von einem wachsenden Einfluss zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation - ganz im Sinne John Deweys, der einmal schrieb: "Wir haben allen Grund anzunehmen, dass, welche Veränderungen die bestehende demokratische Maschinerie auch erfahren mag, sie so beschaffen sein werden, dass sie das Interesse der Öffentlichkeit mehr zum Leitfaden und Kriterium der Regierungstätigkeit machen und die Öffentlichkeit befähigen, ihre Ziele mit noch mehr Autorität zu

bilden und zu bekunden. In diesem Sinne ist die Kur für die Leiden der Demokratie mehr Demokratie."⁹³

⁹³ John Dewey, *Die Öffentlichkeit und ihre Probleme*, Darmstadt 1996 (ursprünglich 1927), S. 127.

Autorenverzeichnis

Bugl, Thomas

geb. 1960; nach Banklehre Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Passau, anschließend wissenschaftlicher Angestellter im bayerischen Wirtschaftsministerium, Büroleiter des CSU-Vorsitzenden Dr. Theo Waigel und seit 2000 Leiter des Referats für Wirtschaftspolitische Grundsatzfragen im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie; Lehrbeauftragter für Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik an der Fachhochschule Rosenheim. Kontakt: thomas.bugl@stmwivt.bayern.de

Bussler, Christian

geb. 1975; Studium der Philosophie, Politik- und Wirtschaftswissenschaften in München, Paris, London und Berlin. Nach dem Abschluss in Wissenschaftstheorie drei Jahre Tätigkeit als Strategie- und Prozessberater in den Branchen Finanzdienstleistungen, Telekommunikation und Handel (e-commerce). Seit 2003 Inhaber der Unternehmensberatung Ideas Matter und Promotion in Wirtschaftsethik. Gründer und 1. Vorsitzender der Initiative getFair e.V., (www.getfair.de), die sich für nachhaltiges Wirtschaften und Konsumieren einsetzt. Kontakt: christian.bussler@ideas-matter.de

Clausen, Jens

geb. 1958, Maschinenbaustudium, 1984 bis 1991 Entwicklungsingenieur und Anwendungstechniker bei der Continental AG, 1991 bis 2005 Senior Researcher am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. Im Jahre 2004 Promotion am Institut für Institutionelle und Sozial-Ökonomie der Universität Bremen zum Thema "Grüne Gründer". Seit 2005 Geschäftsführer des borderstep Instituts für Innovation und Nachhaltigkeit in Hannover. Von 1993 bis 2000 Mitglied des DIN-Normenausschusses Grundlagen des Umweltschutzes, Unterausschuss Umweltmanagement. Von 1996 bis 1998 Lehrbeauftragter für „Ökodesign und ökologische Produktentwicklung“ am Fachbereich Kunst und Design der Fachhochschule Hannover. Arbeitsschwerpunkte: Gründungs- und Innovationsforschung, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Corporate Social Responsibility sowie Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement. Kontakt: Clausen@borderstep.de

Cleemann, Dr. Lutz

geb. 1945; Physikstudium und Promotion in experimenteller Kernphysik an der Universität Köln; 1981/82 Forschungsaufenthalt an der Vanderbilt University in Nashville, TN, USA als

Stipendiat der Alexander von Humboldt-Stiftung; 1983 – 1993 Geschäftsführer des VDI-Technologiezentrum in Düsseldorf (Projektförderung und Technologieberatung in den Bereichen: Physikalische Technologien, Analyse zukünftiger Technologien, Technikfolgenforschung und -abschätzung, Sicherheitsforschung und Sicherheitstechnik, Technologietransfer); seit 1993 Geschäftsführer des Allianz Zentrum für Technik in Ismaning (Forschung, Beratung und Dienstleistung in den Bereichen: Schadenanalyse, Betriebssicherheit, Analyse technischer Risiken, Due Dilligence, Managementberatung Risiko und Sicherheit, Strategie zur nachhaltigen Entwicklung für Versicherung und Industrie); 2000 – 2003 Vorsitzender des VDI-Betriebsvereines München, Ober- und Niederbayern; Chairman des International Sustainability Strategy Teams der Allianz Group; Kontakt: lutz.cleemann@allianz-azt.de

Fonari, Dr. Alexander

geb. 1968; Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum und Vorstandsmitglied Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.; Politikwissenschaftler, Dipl.-Theologe, Bankkaufmann; Veröffentlichungen u.a.: Menschenrechte in der deutschen Außenpolitik: Menschenrechte versus ökonomische Interessen?, in: Politische Bildung 33 / 2000, S. 39 – 52; zus. mit S. Nacke (Hg.), Wirtschaftsethik im Diskurs: Eine kritische Auseinandersetzung mit Karl Homann, Münster 2002; zus. mit Norbert Stamm (Hg.), Entwicklungspolitik in Bayern – Analysen und Perspektiven, München/Augsburg 2004; (Hg.) Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards bei multinationalen Unternehmen, München 2004. Kontakt: AFonari@web.de

Heydenreich, Cornelia

geb. 1974; Diplom-Geographin; arbeitet bei Germanwatch im Projekt KodexWatch zu Unternehmensverantwortung und OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, Koordination der deutschen NGO-Arbeit zu den OECD-Leitsätzen, international im Netzwerk OECD-Watch aktiv. Kontakt: heydenreich@germanwatch.org.

Loew, Thomas

geb. 1964; gelernter Bankkaufmann. Nach Abschluss seines betriebswirtschaftlichen Studiums an der Technischen Universität Berlin von 1994 bis 2004 Tätigkeit am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Forschungsfeld ökologische Unternehmenspolitik. Experte in den Bereichen Umweltmanagement und Controllinginstrumente, Nachhaltigkeitsberichterstattung und Corporate Social Responsibility (CSR). Projektleiter des Rankings der deutschen Nachhaltigkeitsberichte 2005. Im selben Jahr Gründung des Institute 4 Sustainability (www.4sustainability.org). Mitglied des Vorstands der Vereinigung für Ökologische Wirtschaftsforschung (VÖW) und Mitglied im Beirat der Messe grünes Geld. Ehemaliges Mitglied des DIN NAGUS Arbeitsausschuss 5 (zuständig für Umweltleistungsbewertung) und von 1998 bis 2001 Lehrbeauftragter an der Technischen Fachhochschule Berlin. Kontakt: Loew@4sustainability.org

Milke, Klaus

geb.1950; Studium der Wirtschafts- und Politikwissenschaften in Köln, Freiburg und Münster. Diplomkaufmann, freiberuflich tätig in entwicklungs- und umweltpolitischer Beratungsarbeit. Erfahrungen als kaufmännischer Leiter eines mittelständischen Unternehmens. Mitbegründer und zur Zeit Stellvertretender Vorstandsvorsitzender von GERMANWATCH (www.germanwatch.org). Initiator und Vorstandsvorsitzender der Stiftung Zukunftsfähigkeit, Bonn, die die Nachhaltigkeitsdebatte in Deutschland vorwärts treiben möchte (www.stiftungzukunft.de). Engagement u.a. in Dialogprogrammen mit der Wirtschaft (vor allem zu Energie- und Klimafragen und zu Unternehmensverantwortung / Sustainable Investment). Kontakt: milke@germanwatch.org

Palazzo, Guido

geb. 1968; Studium der BWL und Philosophie an der Universität Bamberg, Promotion in Philosophie an der Universität Marburg. Professor für Unternehmensethik an der Ecole des HEC, Universität Lausanne. Arbeitsschwerpunkte: Corporate Social Responsibility, Demokratietheorie, Organisationstheorie. Kontakt: guido.palazzo@unil.ch

Ramm, Dr. Peter

Jurastudium in München, Brüssel und New York, danach Eintritt bei Siemens im Jahr 1968. Acht unterschiedliche Experten- und Managementfunktionen vor Übernahme der heutigen Aufgabe als Leiter Policies and Legal Issues weltweit. Zusätzlich Beauftragter des Vorstands für Compliance. Kontakt: peter.ramm@siemens.com

Schulze, Heinz

geb. 1943; Rechtsanwaltslehre, Studium Soziale Arbeit, Tätigkeiten im Bereich der Gemeinwesenarbeit, Jugendarbeit, drei Jahre im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit in Peru. Langjährig Geschäftsführung der Arbeitsgemeinschaft Sozialpolitischer Arbeitskreise. Aktuell: Agenda21-Koordinator Eine Welt in München, ehrenamtlicher Vorstand in der Infostelle Peru e.V., Paulo Freire Gesellschaft und Nord Süd Forum München e.V. Veröffentlichungen zur Sozialarbeit und "befreienden Pädagogik" in Lateinamerika und zu Eine-Welt-Aspekten innerhalb der lokalen Agenda 21. Kontakt: agendaeinewelt.rgu@muenchen.de

Strohscheidt, Elisabeth

geb. 1954; Studium der Anglistik, Politischen Wissenschaft und Philosophie. Langjährige Mitarbeit bei amnesty international. Zuletzt u.a. als Fachreferentin „Wirtschaft und Menschenrechte“ im Büro der deutschen ai-Sektion in Bonn. Seit April 2003 Menschenrechtsreferentin des Bischöflichen Hilfswerkes Misereor in Aachen mit den Themenschwerpunkten „Menschenrechte in der Entwicklungszusammenarbeit“ sowie Menschenrechte und Unternehmensverantwortung“. Kontakt: strohscheidt@misereor.de

Werner, Frank

geb. 1968; Studium der Geografie, Politischen Wissenschaft und des öffentlichen Rechts an den Universitäten Heidelberg und York (Toronto/Kanada). Berufliche Schwerpunkte und Stationen: Betrieblicher Umweltschutz in Chile (Wissenschaftlicher Angestellter, Universität Heidelberg), Wasserwirtschaftliche Gutachten (Björnsen Beratende Ingenieure, Koblenz), Sustainability Analyst (oekom research AG, München). Seit 2002 bei akzente Kommunikationsberatung, München, angestellt. Schwerpunkte sind: Konzeption von Nachhaltigkeitsberichten multinationaler Unternehmen, Projektmanagement, Analyse und inhaltliche Beratung. Kontakt: f.werner@akzente.de